

**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
MECHANIKOS INŽINERIJOS IR DIZAINO FAKULTETAS**

Simona Remeikaitė

LĒTOSIOS MADOS KOLEKCIJA „CLO‘GENE“

Baigiamasis magistro projektas

Vadovas

Lekt.dr. Kęstutis Lekeckas

KAUNAS, 2016

LĒTOSIOS MADOS KOLEKCIJA „CLO‘GENE“

**Baigiamasis magistro projektas
Aprangos mados inžinerija (kodas 621J40004)**

Vadovas

(parašas) Lekt. dr. Kęstutis Lekeckas
(data)

Recenzentas

(parašas) Doc. dr. Kristina Ancutienė
(data)

Projektą atliko

(parašas) Simona Remeikaitė
(data)

KAUNAS, 2016



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
Mechanikos inžinerijos ir dizaino fakultetas

(Fakultetas)

Simona Remeikaitė

(Studento vardas, pavardė)

Aprangos mados inžinerija (621J40004)

(Studijų programos pavadinimas, kodas)

„Baigiamojo projekto pavadinimas“

AKADEMINIO SAŽINGUMO DEKLARACIJA

20 ____ m. _____ d.
Kaunas

Patvirtinu, kad mano, **Simonos Remeikaitės**, baigiamasis projektas tema „ Ekologiškumo aspektai transformuojamoje aprangos kolekcijoje “ yra parašytas visiškai savarankiškai ir visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

Remeikaitė, Simona. Lėtosios mados kolekcija „CLO‘gene“. Magistro baigiamasis projektas / vadovas lekt. dr. Kęstutis Lekeckas; Kauno technologijos universitetas, Mechanikos inžinerijos ir dizaino fakultetas.

Mokslo kryptis ir sritis: Technologijos mokslai, Polimerų ir tekstilės technologija

Reikšminiai žodžiai: *aprasanga, ekologiškasumas, transformacija, lėtoji mada.*

Kaunas, 2016. 63 p.

SANTRAUKA

Pasaulyje, kuriame populiacija siekia daugiau nei 7 mlrd. žmonių itin svarbus individualizmas ir saviraiška, kuri aktyviai yra išreiškiama per žmogaus aprangą ir jo socialinio statuso vizualizavimą. To pasekoje aprangos rinkoje išvystytas itin didelis gamybos ir vartojimo tempas, šio padarinio pasekmės itin žalingos aplinkai dėl išmetamų atliekų kiekio, kenksmingų apdailos būdų ir kt. kaip sprendimas šiai problemai Amerikoje buvo pradėtas lėtosios mados judėjimas, kuris siekia kurti tvarią ir ilgiau naudojamą aprangą. Vienas iš tokių aprangos gaminių būdų transformuojama apranga, kuri yra klasifikuojama į keturias grupes – vartomieji, moduliniai, išmanieji ir pasidaryk pats. Magistro baigiamajam darbe buvo atliktas kiekybinis tyrimas siekiant nustatyti vartotojų požiūrį į ekologiškasumą, polifunkcinės aprangos poreikį Lietuvos aprangos rinkoje. Atlikus kiekybinę analizę vartotojų poreikio transformuojamai aprangai buvo sukurta kolekcija „CLO‘gene“, bei atliktas tyrimas su ekspertų grupe, siekiant nustatyti ar yra jaučiamas vizualus pokytis transformuojamame gaminyje. Sukurta kolekcija buvo pristatyta visuomenei Dizaino Savaitės 2016 metu.

Remeikaitė, Simona. *Slow Fashion Collection "CLO'gene"*. Master's thesis / supervisor lecturer Dr. Kęstutis Lekeckas. The Faculty of Faculty of Mechanical Engineering and Design, Kaunas University of Technology.

Research area and field: Technological Sciences, Polymers and Textiles Technology

Key words: *clothing, environmental friendliness, transformation, slow fashion.*

Kaunas, 2016. 63 p.

SUMMARY

Individualism and self-expression which are actively expressed through person's clothing and his/her social status visualisation are particularly important in the world which population comes to as many as 7 billion people. In the result, particularly large production and consumption pace have developed in the clothing market, consequences of this effect are particularly harmful to environment due to amount of exhaust, harmful finishing methods, etc. Slow fashion movement as a solution for this problem was started in the United States by which it is striven to design the clothing to be more durable and to be used for a longer period of time. One of such clothing product samples would be a transformable clothing which is classified into four groups, namely to turning inside up, modular, smart and do it yourself. Qualitative research was conducted in the master's final thesis in order to establish the consumers' attitude to environmental friendliness, need for polyfunctional clothing in the Lithuanian clothing market. After completing the quantitative analysis of the consumers' need for the transformable clothing, collection „CLO' gene“ was designed as well as the research was conducted with a group of experts in order to ascertain, whether any visual shift has been perceived in the transformable article. The collection designed was presented to the public during the Week of Design 2016.

Turinys

Turinys.....	6
ĮVADAS.....	8
1. LITERATŪROS APŽVALGA	10
1.1. Lėtoji mada.....	10
1.2. Transformuojamų drabužių pasiūla šiandieninėje madoje.....	12
1.2.1. Transformuojamų drabužių pasiūla aukštojoje madoje.....	12
1.2.2. Transformuojami drabužiai pret-a- porter madoje	15
1.2.3. Patentuota transformuojama apranga	22
1.2.4. Transformuojamų drabužių klasifikacija.....	24
1.2.5. Transformuojamų drabužių konstrukcijos ir jungimo būdai	27
2. TYRIMŲ METODOLOGIJA	30
2.1. Kiekybinio tyrimo metodika.	30
2.2. Kokybinio tyrimo metodika.	31
3. EKSPERIMENTINĖ ANALIZĖ	34
3.1. Dėvėjimo įpročių ir transformuojamo drabužio poreikio tyrimo analizė.....	34
3.2. Transformuojamų drabužių klasifikacija.	42
3.3. Gamybos žaliavų sąnaudų skaičiavimas transformuojamoje „CLO‘gene“ kolekcijoje.....	44
4. LĖTOSIOS MADOS KOLEKCIJOS DIZAINAS ĮVERTINIMAS.....	45
4.1. Įkvėpimo šaltinio analizė	45
4.2. Transformuojamos kolekcijos „CLO‘gene“ aprašymas.....	47
4.3. Kolekcijos „CLO‘gene“ modeliai.	49
4.4. Kolekcijos reprezentacinės idėjos	53
4.5. Sukurtos kolekcijos įvertinimas	55
IŠVADOS.....	60
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	61
GRAFINĖ PROJEKTO DALIS.....	65
1 PRIEDAS. Kiekybinės apklausos anketa.	67
2 PRIEDAS. Kokybinės apklausos su ekspertų grupe anketa.....	70
3 PRIEDAS.Transformuojamų gaminių ekspertų vertinimo rodikliai.....	75
4 PRIEDAS.Galutinė kolekcijos fotosesija.....	77
5 PRIEDAS.Dalyvavimas konferencijoje su stendiniu pranešimu „PRAMONĖS INŽINERIJA 2015“.....	83
6 PRIEDAS. Kolekcijos pristatymas viešojoje erdvėje. DIZAINO SAVAITĖ 2016.....	85



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
MECHANIKOS INŽINERIJOS IR DIZAINO FAKULTETAS
MEDŽIAGŲ INŽINERIJOS KATEDRA
BAIGIAMOJO PROJEKTO UŽDUOTIS

Studentui(-ei) Simonai Remeikaitei

1. Magistro baigiamojo Projekto tema: Lėtosios mados kolekcija „CLO‘gene“
2. Užbaigto Projekto atidavimo terminas: 2016 m. birželio mėn. 6 d.
3. Darbo tikslas: ištirti rinkos poreikį multifunkciams drabužiams, nustatant vartotojo gebėjimą pajauti skirtumą tarp monofunkcio ir multifunkcio drabužio transformuojamoje aprangos kolekcijoje „CLO‘gene“.
4. Pagrindiniai reikalavimai ir sąlygos: pagal metodinius nurodymus.
5. Pradiniai Projekto duomenys: spausdinti projektai ant drobės, reprezentacinis modelių parengimas, mokslinių tyrimų duomenų bazės.
6. Projekto teksto struktūra: literatūros analizė; mokslinių tyrimų metodologija; mokslinių tyrimų rezultatu analizė; dizaino projektinė dalis ir išvados.
7. Grafinės Projekto dalies sudėtis: dizaino vizualizacija ir inžineriniai techniniai brėžiniai (brėžiniai; planšetai).
8. Projekto konsultantai: -

Magistrantas:
(vardas, pavardė, parašas, data)

Projekto vadovas.....
(vardas, pavardė, parašas, data)

Krypties studijų programos vadovas.....
(vardas, pavardė, parašas, data)

ĮVADAS

XXI amžiuje pasaulio kultūra yra besąlygiškai vartotojiška, kurioje svarbiausios vertybės – pasirinkimas, individualizmas ir rinkos santykiai. Tokia kultūra geriausiai išreiškiama pertekliniu vartojimu, kai prekė tampa tarsi saviraiškos ir savikūros elementu, kurianti individą išoriškai. Dėl individualumo milijoninėje erdvėje siekimo mados rinka tapo perdėtai masinės gamybos krypties, kuri neskatina ekologiškumo ir praktiškumo, išradingumo.

Spartus visuomenės judėjimas masinio vartojimo keliu siejamas su eksperimentavimu, naujovių ir savęs ieškojimu. Postmodernistinėje visuomenėje svarbus vartotojiškumo bruožas naujų poreikių ir norų kūrimasis - jų tenkinimas. Efektyvi ir brangi komunikacijos priemonė – televizija, žiniasklaida taip pat prisideda prie masinio vartojimo sklaidos ir skatinimo. Padedant šioms priemonėms ir rinkos pasiūlai vartojimas vis labiau didėja, žmonių „apetitas“ aprangos pramonei nesustabdomai auga. Vartotojas įsigyja tą pačią prekę lyg naują antrą kartą, tik dėl komunikacinės optinės apgaulės ir besaikio vartojimo. Anot sociologo G.Simmeli [1] aukštesnieji sluoksniai siekia išlaikyti tam tikrą atstumą su žemesnėmis estetinio atsitolinimo priemonėmis. Tikros aprangos vertės ir paskirties pamiršimas, norint pademonstruoti savo socialinį statusą, išsiskirti ne stiliaus ar skonio, o prekės vardo, jo kainos svarbumu, tampa neatsiejama šiuolaikinio jaunimo dalimi. Greitis madoje yra neetiškas ir žalingas įrankis, naudojamas pardavimams ir ekonomikos augimui skatinti, su lydinčiais ekologiniais ir socialiniais padariniais.

Mada - tai tarsi papildomas elementas, kuris susiformuoja iš žmogaus vaizduotės ir lūkesčių, vartojimo. Vartojimas yra reikšmingas žmonių socializacijos kodas, kuris išskiria individus iš minios, jų skonį arba priešingai juos visus suvienodina ir sujungia į vieną bendrą masę. Vienų stilių atsisakymas, naujų kūrimasis yra svarbus socialinis vystymasis leidžiantis vartotojui eksperimentuoti, augti, kas kartą kurti sau vis naują tapatybę. Rinkoje siūlomų prekių perteklius sukuria vartotojiškumą, nebeleidžia žmogui siekti individualumo, saviraiška tampa masine ir sukuria minią vienodai save išreiškiančių. Siekiant išradingumo, individualumo ir naujumo rinkoje pastebimi multifunkciniai besitransformuojantys drabužiai, kurių pagalba būtų galima sumažinti rinkos vartojimą, sukuriant maksimaliai pritaikomą drabužį.

Magistro baigiamojo projekto tyrimo tikslas – remiantis analitinės ir tiriamosios dalies gautais rezultatais sukurti lėtosios mados transformuojamą drabužių kolekciją– „CLO‘ gene“.

Baigiamojo projekto uždaviniai:

1. Išanalizuoti lėtosios mados sąvoką, bei svarbą aprangos pramonėje.
2. Išanalizuoti rinkoje esančių transformuojamų drabužių pasiūlą, atlikti klasifikaciją.

3. Ištirti Lietuvos aprangos sektoriaus vartotojų (moterų) rinkos požiūrį ir poreikį į ekologiją ir transformuojamą aprangą.
4. Sukurti transformuojamą moterišką drabužių kolekciją ir ją pristatyti visuomenei.
5. Ištirti ar sukurta kolekcija pasižymi vizualiai vertinga transformacija, atitinkančia lėtosios mados idėjoms.

1. LITERATŪROS APŽVALGA

1.1. Lėtoji moda

Per pastaruosius dešimt metų „greitas“ ir „lėtas“ žodžiai tapo neatsiejami visose pramonės šakose, taip pat ir aprangos sektoriuje. Taip kaip greito maisto sektoriuje kasdien parduodami mėsainiai, taip pigios suknelės ar džinsai yra perkami visame pasaulyje. Sukurti pigūs ir tenkinti rinkos poreikius drabužiai gaminami iš pigių medžiagų, naudojama pigi darbo jėga, trumpas dėvėjimo laikas ir didelės apimties gamyba. Tai skatina dar didesnę vartojimą, nes tokio tipo apranga yra nekokybiška ir labai greitai nusidėvi, yra išmetama, o į jos vietą vėl perkama kita prekė, kuri ne visada būna geros kokybės. Greitai kopijuojami modeliai iš garsių mados namų pristatymų per kelias savaitės atsiduria parduotuvėse, tačiau žymiai prastesnės kokybės, taip yra patekinami pirkėjo poreikiai neatsižvelgiant į kokybę, sąnaudas ir ekologiškumą – neriboti vartotojų norai sparčiai skatinami mados tendencijų kaitos leidžia neribotą aprangos gamybą (1 pav.).



1 pav. Aprangos sektoriaus produkto gyvavimo ciklo schema.[2]

Terminas „lėtoji moda“ buvo sukurtas Kate Fletcher 2007 metais (Tvarios mados centras, Jungtinė karalystė).[2] Lėta moda atstovauja tvarumo viziją aprangos sektoriuje, paremta naujomis

Lėtoji mada – judėjimas už tvarią aprangą ir kūrybiškumą, kai kokybei teikiama pirmenybė, nebijoma tą patį drabužį panaudoti naujai ar pirkti dėvėtą, perdarytą aprangą, prisidedant prie aplinkos tausojimo ir gamtinių išteklių saugojimo.

1.2. Transformuojamų drabužių pasiūla šiandieninėje madoje.

1.2.1. Transformuojamų drabužių pasiūla aukštojoje madoje.

Mados ir technologijų amžiuje kiekvienam rinkos dalyviui itin svarbus išskirtinumas, individualumas, tai ypač pastebima elito ir žvaigždžių vakarėliuose, kur suknelėmis stengiamasi nustelbti susirinkusius žiūrovus ir pranokti kitus vakaro svečius. Aukštojoje madoje kuriami prabangūs kūriniai - rankų darbo, dekoruoti pusbrangiais ir brangiais akmenimis, marginami įvairias spaudiniais, naudojami aukščiausios kokybės audiniai ir suknelių dekorai paverčia jas tikrais meno kūriniais, tačiau kartais to nepakanka, norint pranokti ir būti ryškiausiai, todėl aukštojoje madoje galima pastebėti naujo tipo – transformuojamų drabužių – leidžiančių pakeisti apdarą vakaro metu kelis kartus net nepersirengus paliekant paslaptinumo iliuziją.

Transformuojamų drabužių aukštojoje madoje galima rasti ne itin gausiai, dauguma jų semiasi įkvėpimo iš architektūros, struktūriškumo, japonų kultūroje plačiai paplitusios origamio lankstymo technikos.

Issey Miyake, japonų kilmės dizaineris, daug dėmesio savo kūryboje skiriantis tradicinės japonų aprangos interpretacijai, lankstymo technikos pritaikymui drabužio transformacijoje. Konstrukciniai sprendimai sudėtingi ir reikalaujantys daug laiko, dėl išskirtinio vientiso audinio gamybos principo – iš vientiso audinio pagaminto su specialiomis audimo deformacijomis formuojamas transformuojamas drabužis ar aksesuaras (3 pav.). Sujungiant kompiuterines technologijas ir vartotojo kūrybiškumą, buvo sukurta revoliucinė dizaino technika A-POC, skirta transformacijai, kuri specialia vieno siūlo audimo technologija, sukuria „*sans couture*“ konstrukcija suprojektuotą gaminį (iš pranc. *besiulè*) [5].



3 pav. Kolekcija “ 132.5” ISSEY MIYAKE [5]

Dizaineris naudoja programą, kuri gaminamą audinį iš karto sukonstruoja kaip drabužį (naudojama audimo „ratu“ technologija), tam tikro dydžio ir formos priklausomai nuo jo naudojimo paskirties. Tokiems drabužiams nenaudojamas siuvimas, išsprendžiama ilgalaikio rankų darbo problema. Transformacijų kūrimo principas pagrįstas 2D geometrinių formų pervedimu į struktūrizuotus marškinėlius, sijonus, kelnes ar suknelės, pasinaudojant kompiuterinėmis programomis, vaizdų kūrimo pagalba. [6] Kiekvienas drabužis yra sulankstytas į kvadratą, tuomet sudedami sulankstyto kvadrato pagrindiniai kampais į objekto centro tašką, kuomet objektas yra tempiamas į viršų (už viršuje esančio kampo) atsiskleidžia forma (3 pav.). „Iš dešimties pagrindinių bazinių detalių (t.y. sulankstytų formų) gaunami marškiniai, sijonai, kelnės, ir dalis suknelės, priklausomai nuo skirtingų linijų sukirpimo padėčių“. [6] Naudojant skirtingo dydžio formas ir skirtingų formų kombinacijas, galima sukurti neribotą skaičių drabužių variacijų.

Suknelių transformaciją ryškiausiai galima pastebėti kipriečio Hussein Chalayan kūryboje – dvi vienoje suknelėje. Jo kuriamose suknelėse - apykaklėje, pečių linijoje yra sujungiami keli audiniai spaudžių pagalba, kuriuos galima atsegti ir dėvimas apdaras pakeičia išvaizdą dėl jos viduje esančio kito audinio. Paslėpta medžiaga transformacijos metu atsiranda viršutiniame drabužio paviršiuje, o po ja esančią suknelę paslepia, taip sukuriama nauja išvaizda (iš dienos trumpos suknelės gali virsti vakarine suknele). Tokio tipo transformacijose audiniai naudojami lengvi ir ploni, kad nesukurtų papildomo tūrio išpūdzio, taip pat dėl kritimo. Gaminys sukonstruojamas taip, kad abi pusės būtų gerosios, bazinė petinių gaminių konstrukcija sumodeliuojama ir pakoreguojama taip, kad transformuotūsi papildomų jungčių pagalba ir paslėptų vieną drabužio sluoksnį kitu.



4 pav. Hussein Chalayan's Rudens/ Žiemos kolekcija 2013 m. pristatyta Paryžiaus mados savaitės metu. [7]

Rad Hourani – kanadiečių kilmės dizaineris, kurio drabužio metamorfozė vyksta papildomų konstrukcinių jungčių, tokių kaip užtrauktukai, spaudės pagalba. Pirmasis kūrėjas mados istorijoje iš kito kontinento, pakviestas Paryžiaus Haute Couture sindikato parodyti savo unisex kolekciją (5 pav.). [8] koncepcija pritaikyta dėvėjimui abiem lytims, konstrukcinės detalės transformuojamos – dėvėtojas striukę gali paversti į liemenę ar kuprinę, nukreipti labiau į vyriškąjį arba moteriškąjį pradą, kelių užtrauktukų ar sagų dėka. [9] Konstrukcijos sudėtingos ir gerai apgalvotos, baziniai brėžiniai modifikuoti ir suskaidyti į detales, kurias galima pridėti arba nuimti. Pagrindinis transformacijos objektas - detalės, kurias galima kaitalioti tarpusavyje ir kurti naujas formas, suteikti aprangai modernumo ir avangardo elementų, išraiškingumo ir futuristiškumo. Toks dizainas šiuolaikinėje mados rinkoje itin populiarus, ypač jaunimo tarpe, nes galima sujungti įvairias drabužio dalis, išgauti naujas formas ir pritaikyti jas dėvėjimui, pasirinkti sujungimo būdai leidžia naudoti standesnius ir sunkesnius audinius, kurių šios jungtys nedeformuoja (nebanguoja audinio, kaip pvz. šilko). Siluetai pasirinkti modernūs ir minimalistiniai, spalvų paletė achromatinė – tai leidžia lengviau derinti jungiamų dalių vientisumą, panaudoti įvairias tekstūras.



5 pav. Rad Hourani transformuojamų drabužių kolekcija „#7“ [8]

Apžvelgus aukštosios mados siūlomas transformuojamų drabužių kolekcijas, galima pasakyti, kad čia itin svarbi estetinė dizaino pusė ir apgalvoti bei sudėtingi konstrukciniai sprendimai, padedantys išlaikyti vizualius estetinius kriterijus, o tik vėliau atlikti drabužiui priskirtą transformavimosi funkciją. Aukštojoje madoje naudojami įvairūs transformavimo būdai –

specialaus audinio gamybos technologijos, įvairių pagalbinių jungčių kombinacijos, sudėtingos konstrukcijos, priklausomai nuo naudojamo transformacijos tipo pasirenkamas audinys labiau atitinkantis reikalaujamas savybes: lankstymui standus ir užsifiksuojantis audinys, keliasluoksniams kritiems gaminiams naudojami lengvi, kritūs audiniai, o masyviems užtrauktukams ir spaudėms – standesni, kietesni.

1.2.2. Transformuojami drabužiai pret-a- porter madoje

Prabangūs ir išskirtiniai dizainerių kurti drabužiai skirti ir įperkami ne kiekvienam rinkos dalyviui, todėl „pret-a- porter“ kuriamose linijose galime pamatyti žymiai pigesnius ir supaprastintus jau analizuotų analogų pakaitalus. Tokie gaminiai dažniausiai būna gaminami pigios darbo jėgos, nesudėtingų konstrukcijų ir naudojami vidutinės arba žemos kokybės audiniai – šie faktoriai lemia siūlomo produkto kainą ir didelį prieinamumą vartotojui. Taip yra ir su transformuojamais drabužiais, jų pasiūla nėra ganėtinai didelė, konstrukcijos žymiai paprastesnės, dažniausiai siluetas minkštas, drabužyje daug draperijų, nėra švarios ir išgrynintos formos. Vartotojui patiekiamas gaminytis pagamintas per trumpesnę laiką ir mažesnėmis sąnaudomis, tai reiškia, kad drabužis gaminamas, kuo paprastesnėmis technologijomis ir panaudojamos tik pagrindinės siūlos būtinos gaminiui, kai kuriems gaminiams net nenaudojamos dekoratyvinės ar krašto apdirbimo siūlės (dažnai galima pastebėti poliesteriniame neįranchiame audinyje pvz. gaminiuose iš neopreno).

Kasdienėje madoje itin populiaru drabužio metamorfozė atliekama namuose (DIY – Do It Yourself), paties jo savininko. Internetinėje erdvėje galima rasti daug straipsnių, video pamokų kaip įvairiais būdais, pradedant paprasto daikto ilgio ar sezoniškumo pakeitimu nukirpus tam tikras detales, baigiant įvairiomis dekoru, balinimo, dažymo ir net audinio keitimo (pvz. batai apklijuojami kitu audiniu) transformacijomis (6 pav.). Toks keitimas nereikalauja daug finansinių sąnaudų, leidžia pasigaminti madingus drabužius pačiam (pvz. užsidėti kniedes 2014 pavasario/vasaros tendencija), individualiu kūrėju tampa drabužio turėtojas, iš kurio nereikalaujami ypatingi gebėjimai siuvimo ir konstravimo srityje. Internetinėje erdvėje gausu patarimų kaip naudojant lankstymo ir rišimo technikas panaudoti vyriškus marškinius ir paversti juos suknele, įkomponuoti nėrinį ar kitą audinį į objektą ir panašiai.



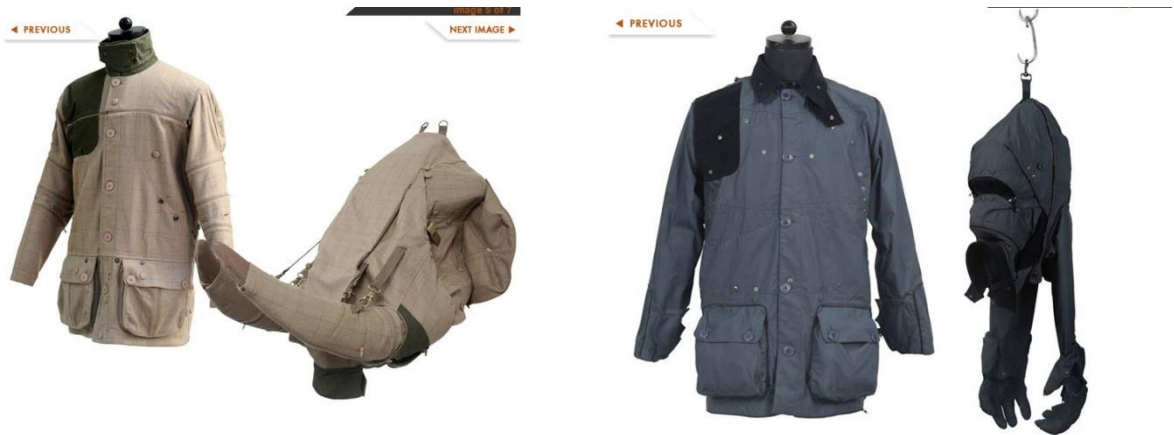
6 pav. DIY veikimo principo pavyzdys.



7 pav. Erika Jankauskaitė. Kolekcija „Second-hand shop“ 2013. Perdirbtos kolekcijos pavyzdys.[10]

Toks aprangos keitimo būdas yra negražinamas į pradinę jo būklę ir dažniausiai būna trumpalaikės mados pasekmės kūrinys. Prie kategorijos „DIY“ galima būtų priskirti „re-make“ madą. Šios tendencijos pagrindu tampa senų drabužių panaudojimas naujos konstrukcijos drabužių gamyboje. Tokiu būdu yra tausojama aplinka, skatinamas perdirbimas ir kūrybiškumas (7 pav.). Toks transformavimo būdas leidžia panaudoti kelias faktūras, spalvas, skirtingus audinius viename gaminyje, įvairias bazinių konstrukcijų transformacijas pritaikant jas naujam gaminiui ir tuo pačiu audinių jungimui (dažniausiai „re-make“ gaminiai būna susiūti iš nedidelių plotų audinių, todėl reikalingas kruopštus sujungimo ir apdailos išpildymas). Dažnai tokie gaminiai būna tik transformacija iš vienos formos į kitą, be pridėtinių detalių ar kombinacijų galimybių, tačiau įvertinant naujo gaminio siuvimo technologiją ir jo gaminimo tikslą, tai galima laikyti transformuotu drabužiu.

Kasdienėje aplinkoje taip pat galima išvysti atskirą aprangos grupę, kuri transformuojasi į pagalbinių objektą – kuprinę, rankinę, palapinę ar kitą gaminį (8 pav.). Tokia apranga labai patogi daug keliaujantiems, žmonėms, kurie mėgsta funkcionalumą labiau nei estetiškumą. Šios konstrukcijos yra panaudojamos praktiškai, todėl vartotojas gali su savimi turėti jam reikiamą objektą ir prireikus jį eksploatuoti. Ši drabužio metamorfozės rūšis yra paplitusi mažiausiai, todėl, kad vartotojų segmentas yra pakankamai mažos apimties, o ne visa perkamoji rinkos galia. Dažniausiai tokių gaminių transformacijos vykdomos jungčių (užtrauktų) pagalba, suteikiama didesnė įvairovė transformacijai ir gaminio išvaizdos kaitai.



8 pav. Formą keičiantis medžiojimo švarkelis. [11]

Užsienio rinkoje galima pastebėti įmonių, dizainerių, kurie užsiima būtent tik transformuojamų drabužių kūrimu. Italų dizaino prekinius ženklas Lemuria, žinomas dėl multifunkcinio drabužio kūrimo. Lemuria kompanija skirta drabužio ilgo būvio ciklui pabrėžti - dėka transformacijos, jis gali būti pritaikomas ne vieną sezoną prie ateinančios mados pokyčių ir dėvimas daug ilgesnį laiką nei vieno sezono mados populiarumo viršūnę užėmęs drabužis. Daugumą gaminių sudaro suknelės, laisvos formos kombinezonai, pagaminti iš aukštos kokybės itin elastingo itališko trikotažo, konstrukcijos iš pirmo žvilgsnio atrodo sudėtingos, tačiau daugumai modelių, bazinėse konstrukcijos tik įvedamos jungtys arba skeltukai, raišteliai, leidžiantys transformuoti ir kaitalioti gaminio funkcijas (9 pav.). Drabužiai transformuojasi nuo 6 iki 10 skirtingų modelių keičiant ne tik ilgius, bet ir siluetus, sezoniškumą. [12] Neatsitiktinai pasirinktas lengvas ir pasiduodantis transformacijai audinys (arba megztinė medžiaga), kurį veikiant įvairias lenkimais neatsiranda deformacijų arba jos panaikinamos garinio lyginimo pagalba. Modeliai drapiruoti, laisvi, gražiai gaubiantys kūną, nevaržantys, patogūs. Modifikuojant drabužį daugiausiai naudojama detalių rišimo technika, tai puikiai leidžia kaitalioti akcentus ir jų vietą gaminyje. Taip naudojami ir papildomi dirželiai norint pakeisti modelį, susegant tam tikrose vietose, įvedant asimetriją. Kiekvienas modelis turi savo pavadinimą, nusakantį jo pradinę būseną ir transformacijas, atsižvelgiant į šių namų gyvavimo laiką ir modelių gausą, galima teigti, kad jų parduodama prekė yra paklausi ir įdomi vartotojui, nes suteikia laisvę ir kūrybiškumą, yra praktiška, patogi, estetiška ir patvari, tai pagrindiniai aprangai keliami reikalavimai, kuriuos atitinka Lemuria mados namų kuriami drabužiai.



9 pav. Lemuria mados namų modelis „VESTITO MARILYN“ [12]

Kitas prekinis ženklas, kuriantis modifikuojamą kostiumą masinei madai yra „Jolier“, susikūręs 2008 metais, Suomijos sostinėje. Jų koncepcija pagrįsta šūkiu „Transformable by buttons – Two in One“ („Transformuojama sagomis – du viename“) [13], tokiu būdu jie gali keisti suknelės ilgį, siluetą, rankovių ilgį (10 pav.). Vyrauja du dydžiai, pritaikyti smulkiai ir stambesnei figūrai, turi dvipusių išverčiamų drabužių liniją. Tam tikrų audinio vietų pakeitimas leidžia drabužiui būti ilgalaikiu ir funkcionali, modeliai daugiausiai klasikiniai, turi du dėvėjimo būdus, medžiagos neutralių spalvų, konstrukcijos nėra sudėtingos, drabužio paviršiuje matyti sagos arba spaudės, galima pastebėti japonų kimono įtaką (rankovės, sumetimas) kūriniuose.



10 pav. JOLIER mados namų modeliai. [13]

Užsienio rinkoje taip pat galima rasti ir pavienių modelių skirtų daugiafunkciniam dėvėjimui, pavyzdžiui Donna Karan mažos juodos suknelės interpretacija „Infinity dress“ (11 pav.). [14] Sudaryta iš dvigubo sluoksnio suknelė gali būti dėvima įvairiais būdais: vidinis medžiagos sluoksnis yra cilindro formos, kuris uždengia kūną ir yra pagrindas, antrasis dviejų dalių sluoksnis skirtas transformacijai, įvairiam audinio „dėliojimui“ ant kūno ir rišimui. Tokia suknelė niekada neišeis iš mados dėl spalvos amžino gyvavimo madoje ir keitimo galimybių (su nuogais pečiais, su

pridengtais, pagrindinis laikymas kaklo srityje ir pan.). Dėl naudojamo tampraus audinio suknelė tinka įvairios figūros moterims, ji gali būti dėvima tiek sulieknėjus, tiek papilnėjus.



11 pav. Donna Karan maža juoda suknelė „Infinity dress“ [14]

Prancūzų „pret-a-porter“ mados namų „Irakli“ kūrėjas taip pat siūlo lengvai interpretuojamą ir aplinką tausojančią kolekciją. Jo tikslas moteriai kas kartą leisti pasirinkti kaip ji nori atrodyti, todėl maišo skirtingas faktūras – kašmyrą, šilką, moherą – transformacijai ir nuotaikai išgauti. Drabužiai laisvo stiliaus, apkritę, todėl gali būti dėvimi keliais būdais, iš pažiūros paprastos konstrukcijos siluetai slepia intrigą ir skirtingas dėvėjimo galimybes. Dar vienas prekinis ženklas siūlantis drabužio metamorfozę, „180 degrees“, graikų dizainerės Mari Prastakou. Jos kuriami drabužiai gali būti konvertuojami tiek į petinius, tiek į juosmeninius gaminius, taip pat į aksesuarus. Konstrukcijos sudėtingos, leidžiančios pakeisti gaminio funkciją (suknelė transformuojasi į krepšį), naudojamos papildomos jungtys – užtrauktukai, susegimai, surišimas – audiniai ir sezoniškumas įvairus. Dizainerės tikslas suteikti drabužiui daugiau galimų variacijų - socialinė ir ekonominės krizės skatina nuolatinių poreikių kaitą, kuri gali būti išspręsta panaudojant aprangos manipuliacijas, turint multifunkcinį gaminį, kuris turimame garderobe gali būti dėvimas įvairiais būdais. [15]

Lietuvos mados rinkoje taip pat galima rasti besitransformuojančių gaminių, populiariausias prekinis ženklas LeMuse, siūlantis trikotažines sukneles „Evening“, kurias galima dėvėti ir kaip elegantiškas vakarines sukneles, o apvertus kaip laisvo stiliaus drapiruotą palaidinę. [16] Taip pat galima žaisti ir su jų siūlomais megztiniais. Konstrukcija labai paprasta, naudojama rinkoje jau seniai, stačiakampio kraštuose prisiuvaso stačiakampio formos rankovės (12 pav.).



12 pav. Le Muse vartomas megztinis. [16]

Toks kirpimas sukuria draperijas gaminyje, neturi pabrėžtos pečių linijos, yra lengvai pagaminamas ir pritaikomas dėvėjimui. Tai nėra labai patogus drabužius dėvėti žiemą, dėl audinio pertekliaus pažasties linijoje, dažniausiai trukdo po paltais. Pavienės transformuojamų drabužių kolekcijos buvo pristatytos ir žymių Lietuvos dizainerių: Egidijaus Sidaro “Surišk mane/ruduo–žiema 2011” kolekcijoje dominuoja priglundusių siluėtų ir transformuojamų suknelių modeliai, kolekcijos pavadinimas išduoda transformacijos būdą – rišimą. „Kolekcija atskleidė neribotas drabužio dėvėjimo galimybes: ta pati suknelė buvo pademonstruota išvirkščia, perskirta užtrauktuku į dvi dalis ir sujungta su kitu modeliu. Išvysti visai kitą drabužio veidą padėjo išradingai sujuosti diržai, kaspiniai.“ [17]

Susidomėjimą ir poreikį transformuojama apranga Lietuvos rinkoje rodo ir naujo prekinio ženklo „WOMY“ atsiradimas, bei siūlomos produkcijos konkretizavimas. [18] Prekinis ženklas specializuojasi tik transformuojamų suknelių srityje, apranga gaminama iš elastingos megztinės medžiagos, kuri leidžia deformuoti ir laisvai transformuoti objektą. Pateiktame paveiksliuke (13 pav.) matoma, kad suknelė gali būti „vartoma“ ir priklausomai nuo apsirengtos pozicijos gali kisti rankovių ilgis, atsirasti kišenės. Suknelė sukonstruota taip, kad tam tikrose vietose paliktos angos leidžia formuoti drabužį ir keisti jo formą – tiesaus silueto suknelė arba laisva „maišiuko“ formos, apnuoginanti pečius arba jauki su movo tipo apykakle. Tokios konstrukcijos drabužiui nėra reikalingos papildomo jungtys leidžiančios keisti drabužio formą, todėl nesukeliamas nepatogumas ir diskomfortas įvairiomis detalėmis, tačiau vartotojui gali būti sunku teisingai apsirengti norimą pasirinktą modelį dėl įvairių ertmių esančių suknelėje.



13 pav. WOMY prekinio ženklų vienos suknelės transformacija. [18]

2016 metais pavasario/vasaros Lietuvos dizainerių siūlomoje aprangos rinkoje pasirodė Robert Kalinkin transformuojama suknelė „Ugnis“ (14 pav.). [19] Suknelė pagaminta iš lininio audinio, petinė drabužio dalis priglundusi dekoruota pynės motyvu, o juosmeninė dalis gali būti tiek ilga, tiek trumpa. Anotacijoje apie drabužio transformaciją nurodoma, kad suknelės apatinė dalis reguliuojasi virvelių ir kilpelių pagalba, todėl tokios transformacijos pagalbinės detalės nėra matomos vizualiai. Suknelei pasirinktas natūralus lino audinys, gerai leidžiantis kvėpuoti odai karštą vasarą, pakankamai standus norint išgauti formą ar griežtesnę liniją, tačiau tuo pačiu ir kritus, suteikiantis apimties. Transformacija virvelių rišimo pagalba gali būti nepatogi - virvelės gali dažnai atsirišti, suteikti nemalonų jausmą kojų srityje, tačiau tinkamai parinkus virvelių sudėtį, storį bei jų vietą drabužyje šia problemą galima išspręsti.



a

b

c

14 pav. Robert Kalinkin suknelė „Ugnis“. a) grafiškai pavaizduota suknelė ir jos transformavimo trumpas aprašas; b) ilga suknelė „Ugnis“; c) trumpa suknelė „Ugnis“. [19]

Apžvelgus užsienio ir Lietuvos mados rinką, joje buvo pastebėta gana nedidelė besitransformuojančių drabužių pasiūla, tačiau sparčiai besivystanti dar neužpildyta rinkos niša. Vieni jų pritaikomi masinei madai, kiti tik parodomosios kolekcijos. Išanalizavus rastus gaminius buvo pastebėta, kad naudojami įvairūs transformacijos būdai – lankstymo (daugiau įtakos padarė

japonų kultūra, origamio lankstiniai ir kimono), sujungimai užtrauktukais, sagomis, spaudėmis, magnetais, įvairūs rišimai ir kirpimai. Pret-a-porter kolekcijose vyrauja nesudėtingos transformacijos, modeliai dažnai laisvoki, pagaminti iš lengvai krintančių medžiagų, kurios sukuria draperijas paslėpdamos audinio perteklių, daugiausiai naudojama rišimo transformacija, taip pat spaudės ar sagos. Pagrindinis kūrėjų tikslas drabužį pritaikyti ne vienam sezonui, kad drabužis kistų su mada ir prie jos taikytųsi savo transformacijomis, taip pat siekiama mažinti vartotojiškumą, skatinti ekologiškumą ir tausojamą.

1.2.3. Patentuota transformuojama apranga

Aprangos pramonėje labai svarbus inovatyvumas ir techninis kūrybiškumas, padedantis greičiau vykdyti įvairius procesus, palengvinantis technologinius sprendimus ir mažinantis medžiagų ir priedų bei darbo laiko sąnaudas. Dalis šių išradimų yra patentuojami siekiant išradimo autoriui suteikti teisinę apsaugą ir išskirtines teises į jo kūrinį bei leisti autoriui iš savo išradimo gauti finansinę naudą. 1 lentelėje pateikiami patentuotos transformuojamos aprangos pavyzdžiai ir trumpi aprašymai.

1.2.3lentelė. Patentuota transformuojama apranga moterims.

Nr	Patento numeris	Pavadinimas	Trumpa anotacija	Paveikslukas
1.	RU 216055 2	„Transformuojama suknelė“ [20]	Suknelėje transformuojasi rankovės – žiedelių pagalba jos gali būti uždedamos, nuimamos, sutrumpinamos. Taip pat rankovę galima sulankstyti ir esančių žiedų pagalba sutvirtinti į elegantišką kepurėlę tinkančią prie suknelės. Išradimas pritaikytas lengvojoje pramonėje ir leidžia išplėsti aprangos panaudojimo principus.	

1.2.3 lentelė. Patentuota transformuojama apranga moterims. Tęsinys.

2.	US 201203 24617 A1	„Drabužio konstrukcija“ [21]	Drabužiui pagaminti projektuojama po dvi veidrodinės simetrijos detales, vidinis sluoksnis gali būti kito audinio rašto, spalvos, tokiu būdu išvertus suknelės vidurinę dalį arba šonus gaunama naujo rašto ar spalvos suknelė. Tokios konstrukcijos detalės jungiamos užtrauktukais, pritaikytais pagal audinio standumą.	
3.	US 178436 9 A	„Konvertuojamas drabužis“ [22]	Patentuotame gaminyje transformuojama juosmeninė dalis. Prisegta apatinė platėjančių kelnių dalis gali būti naudojama ir kaip prisegamas sijonas, o po juo liktų trumpi šortai. Modelis transformuojamas spaudėmis arba sagomis.	

1.2.3 lentelė. Patentuota transformuojama apranga moterims. Tęsinys.

4.	WO 201113 9057 A2	„Daugiafunkcinis švarkelis“ [23]	Transformuojamas švarkelis sudarytis iš segmentų sujungtų užtrauktukais, spaudėmis ir lipniomis juostelėmis. Švarkelyje gali būti keičiama apykaklė pagal sudarytą komplektą, rankovės pagal sudarytą komplektą, taip pat galima prailginti keliais segmentais švarkelį ir transformuoti tokiu būdu į suknelę.	
5.	US 630833 4 B1	„Transformuojamo kostiumo konstrukcija“ [24]	Kostiumo konstrukcija tinkama greitam persirengimui, scenai. Suknelės keliasluoksnišės tvirtinamos raištukais, suknelės šonuose esantis papildomas svoris padeda jai greičiau nukristi ir pasikeisti.	

Apžvelgus transformuojamos aprangos patentuotus analogus galima teigti, kad pagrindinės transformacijos atliekamos sluoksniavimo principu, taip pat naudojamas dvipusio drabužio kūrimo principas arba pagalbinės detalės – sagos, spaudės, pridėtinės detalės. Tokia transformacijų įvairovė gali būti sujungta į vieną gaminį, tačiau tam būtų reikalinga itin sudėtinga konstrukcija ir didelės laiko sąnaudos (modelinės konstrukcijos kūrimas ir estetiškas apdailos atlikimas).

1.2.4. Transformuojamų drabužių klasifikacija.

Pramonėje pagaminama apranga nuo pat jos atsiradimo pradžios buvo veikiamą technologinių galimybių ir inovacijų pažangos. Tobulėjant pramonei, atsiradus didesnei audinių pasiūlai, siuvimo mašinai - prasidėjo revoliucija aprangos industrijoje, kuri atnešė naujų galimybių tiek audinių srityje, tiek gamybai, dekoravimo technologijoms ir transformacijoms. Dėka inovacijų aprangos gamybai galima rinktis įvairių pluoštų ir specifikų audinius, jų apdorojimo būdus, kurie padeda apsisaugoti įvairių specializacijų žmonėms (termo drabužiai – neleidžiantys sušalti ir palaikantys

pastovią kūno temperatūrą, atsparūs vandeniui, išmanioji tekstilė su įvairiais indikatoriais, padedančiais medicinos srityje ir pan.).

Atsižvelgiant į ekonominius, visuomeninius aplinkos ir tvarumo aspektus transformuojamos aprangos konstrukcijos leidžia sukurti naujus ir inovatyvius aprangos sprendimo būdus, kurie leidžia kurti naujus derinius ir sukurti naują išvaizdą turint vieną gaminį. Estetiškumo ir funkcionalumo aspektais transformuojami drabužiai gali patenkinti vartotojų poreikius ir prisitaikyti prie įvairių stilių interpretacijos viename gaminyje. Transformacijos skirstomos į keturias rūšis: (G.moda 2011) [25]

- Pirmąją kategoriją sudaro vartomo ir lankstomo tipo transformacijos, kurios naudojamos jau daugiau nei tūkstantmetį. Šie drabužiai susideda iš vidinių paviršių, kurie gali būti kartu ir išoriniai, transformacija galima abiems paviršiams, kaip pavyzdys – saris, ilgas stačiakampio formos audinys, kuriuo kūnas gali būti apvyniojamas įvairias būdais. Toks aprangos tipas buvo naudojamas ir Senovės Romoje bei Graikijoje, kaip patogus kūno apdangalas ir pagrindinis drabužis, sudarytis iš kelių galimų kombinacijų susegant ar surišant tam tikrose vietose pagal socialinį statusą. Tokia audinio deformacija leidžia kas kartą atrodyti vis kitaip, nes identiškai apsisukti audinį aplink kūną antrą kartą yra sunku. Šis būdas turi ir minusų – toks „apsirengimas“ reikalauja daug laiko sąnaudų, nepriklunda prie kūno, audinio perteklius sukelia sunkumo pojūtį. Šis būdas nėra sudėtingas, tačiau leidžia daug skirtingų variacijų nereikalaujančių sunkaus technologinio sprendimo ir konstrukcijos.

- Antroji transformuojamų drabužių rūšis – modulinis dizainas, kuris funkcionuoja sukurtas iš atskirų nedidelių modulių ir jų jungčių, kurias vėliau galima transformuoti, kaitalioji vietomis, keisti gaminio konstrukciją ir dėvėjimo paskirtį. Jos gali veikti nepriklausomai kartu visos arba tik kelios ir būti naujas savarankiškas produktas, kuris gali turėti begalę kombinacijų. Toks dizaino transformacijos būdas leidžia keisti dydį, siluetą, drabužio tipą, naudojant vieną ar kelis to pačio dizaino modulius. Modulinio dizaino neigiamoji pusė – patvarumas ir lankstumas, patogumas dėl drabužyje naudojamų jungčių.

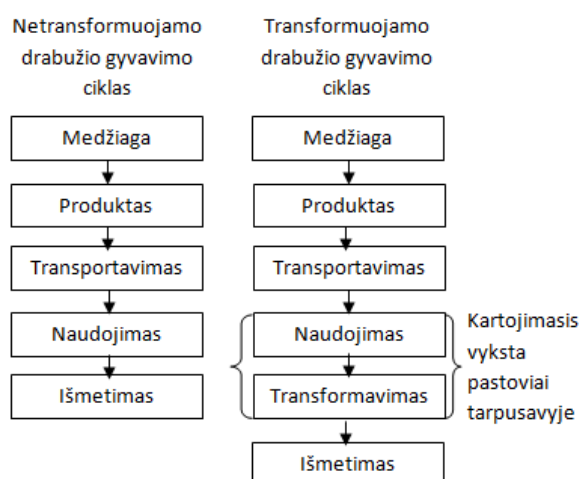
- Išmanioji tekstilė priskiriama trečiajai transformacijų grupei. Šios grupės drabužiams priklauso technologijų ir išmaniųjų audinių jungimas kartu su drabužiu, kuriame gali kisti spalvos, raštai, permatomumas, siluetas, dydis ar dizainas. Vienas iš pavyzdžių būtų suknelė „Intimacy 2.0“ [26], sukurta Nyderlanduose, kuri atskleidžia intymumo sužadalinimą tapdama permatoma priklausomai nuo žmogaus būsenos. Folijoje esantys maži sensoriniai davikliai leidžia fiksuoti dėvėtojo kūno šilumą ir širdies dažnį, pagal kurį suknelė keičia savo spalvą/permatomumą. Išmanusis gaminytis gali ne tik keisti savo būseną pagal žmogaus pasirinkimus, tačiau ir pagal jo kūno būseną, skleidžiamą šilumą ar širdies dažnį. Tokioje aprangoje dažniausiai pasitaikančios

funkcijos – spalvų ir raštų keitimas, švytėjimas, naudojami optiniai pluoštai ir audiniai, chromuotos medžiagos. Naudojant mechanines konstrukcijas gali būti automatiškai keičiamas dydis, siluetas – transformuotis

- „DIY – do-it-yourself“ ketvirtasis transformacijos modelis, kuris leidžia drabužiui turėti „kelis gyvenimus“, taip pat padeda vartotojams sukurti emocinį ryšį su drabužiu, kuris natūraliai pakelia tvarumo vertę. Aprangos keitimo namuose tendencija išpopuliarėjo XX a. pradžioje kaip namų tobulinimo ir priežiūros būdas, kuomet žmogus pakeičia pradinę objekto išvaizdą. Ši idėja siekia mažinti vartojimą perdarant arba pritaikant norimus pakeitimus jau turimam (pagamintam) daiktui siekiant jį atnaujinti ir sėkmingai naudoti toliau. Šis metodas būdingas ne tik aprangos sferoje tačiau ir smulkių amatų ar statybos darbų srityse, taip skatinamas savarankiškumas, kūrybingumas, vartotojiškumo mažinimas. Šis principas plačiai naudojamas drabužių transformacijose dekoruojant juos smulkiomis detalėmis (kniedėmis, (smulkiomis) karoliukais, žvyneliais, nėriniais), pakeičiamas ilgis, spalva (galima perdažyti visą plotą, naudoti batiką, „ombre“ stiliaus balinimą ir pan.), galima netgi pakeisti paskirtį (pvz. iš megztinio persiūti pirštines ir kepurę). Šis metodas populiarus jaunimo tarpe, kuris nori pastovaus judėjimo garderobe, neturi pastovaus stiliaus ir vaikosi tendencijų. Šiam judėjimui plisti padeda socialiniai tinklai „Facebook“, „Youtube“, „Pinterest“ ir tinklaraščiai.

Drabužio, turinčio kelis dėvėjimo būdus arba pakeistos išvaizdos tendencija skatina dėvėti atsakingai - tausoti gamtos išteklius ir atsiskirti nuo masinio vartojimo rinkos modelio. Dizaineriai, kurdami transformuojamus drabužius, taip pat atsižvelgia ir į funkcionalumo aspektą, atrasdami atskirą aprangos grupę, kur drabužiai turi ir kasdienai pritaikomų funkcijų – švarkelis besitranformuojantis į kėdę, sportbačiuose paslėpta palapinė, striukė, pasikeičianti į kuprinę. Šie gaminiai ypač reikalingi daug keliaujantiems, aktyviai veikla užsiimantiems žmonėms, palengvinant jiems reikalingą bagažą arba pridėdant turimam papildomų funkcijų.

Tiek *pret-a-porte* tiek *aukštojoje madoje* besivystanti socialiai atsakingo mados kūrėjo idėja skatina drabužiui suteikti ne vieną dėvėjimo galimybę, todėl sparčiai populiarėja dvi atšakos transformuojamų drabužių – konstrukciškai sukurti dizainerio ir „do-it-yourself“ kategorijų transformacijos. Atsižvelgiant į žemiau pateiktą paveiksluką (15 pav.), galima akivaizdžiai palyginti ir teigti, kad transformuojamo drabužio naudojimo laiko ratas yra ilgesnis nei tradicinio drabužio.



15 pav. Drabužio panaudojimo ciklo pavyzdys, iliustruojantis transformuojamo drabužio naudojimo laikotarpio pranašumą palyginant su netransformuojamu. (Dr. Elizabeth Bye and Dr. Lucy Dunne Advisers) [27]

1.2.5. Transformuojamų drabužių konstrukcijos ir jungimo būdai

Modeliuojant transformuojamus drabužius itin reikšmingas tikslių modelių konstrukcijų kūrimas, išankstinis apgalvojimas koku būdu bus atliekama transformacija, nuo to priklauso kostiumo detalių skaičius, galimi deriniai, naudojama drabužio furnitūra bei apdailinai krašto sprendimai.

Pirmame skyriuje išanalizuotuose pavyzdžiuose dažniausiai pastebimas stačiakampio audinio panaudojimas gaminiuose, veikiant jį papildomais įkirpimais (Lemuria modeliai). Toks kirpimas leidžia turėti bazę, kuri pastoviai dengia kūną, o papildomo sluoksnio ar detalių dėka modeliuojamas pasirinktas transformacijos variantas. Taip pat naudojamos ir kitos geometrinės formos, kvadratas su keliais mažais pridėtiniais stačiakampiais apykaklei ir rankovėmis leidžia lengvai drapiruoti rūbą ir kaitalioti jo dėvėjimo būdą (Le Muse megztinio modelis, Issey Miyake modulių sistema). Kita pastebėta tendencija, tai modelių brėžinių skaidymas, detalių sluoksniavimas, jų pritaikymas naudojant jiems nebūdingose vietose – pavyzdžiui rankovė paversti kišene arba atvirkščiai. Jungčių dėka modelinio brėžinio detalės gali būti perkeltos į kitą vietą, sudarant naują modelį, kurio metu gali būti pakeistas siluetas, gaminio paskirtis. Tokios konstrukcijos yra sudėtingos ir reikalauja tinkamo sprendimo pasirenkant medžiagas bei vartotoją, todėl dažniausiai tokie modeliai būna parodomieji, o kasdienėje madoje transformuojasi tik viena ar dvi modelinio gaminio detalės.

Sunkus ir daug kruopštumo bei matematinio skaičiavimo ir kompiuterinių technologijų reikalaujantis būdas – origamio lankstinio audinio gaminimas. Kompiuterinėmis virtualiomis

programos sumaketuojamas pasirinkto lankstymo modulis ir pagaminamas audinys savo sudėtyje turintis tam tikrą fiksacijos tašką. Programų pagalba galima iš karto pagaminti drabužį be siūlių, tačiau tam reikalingos ypač gilios technologinės žinios ir matematiniai gebėjimai, apskaičiuojant būsimo modelio detales ir jų dydžius. Tai gan įdomus ir daugialypis būdas, tačiau be specialios technikos sunkiai įgyvendinamas, nesant lenkimo linijoms audinys nebus užfiksuotas, todėl išliks vientisa plokštuma (Issey Miyake kūryba). Toks transformacijos būdas gan įdomus ir gali turėti daug variacijų, tai daugiau aukštosios mados pasirodymams skirta apranga, o ne kasdieniam naudojimui dėl nepatogios judėjimui formos atsiradimo, didelės kainos ir nepritaikymo patogiam dėvėjimui.

Užtrauktukai. Transformuojamų drabužių konstrukcijas taip pat galima sujungti naudojantis užtrauktukais. Jų įvairovė ir techninė charakteristika gausi, todėl galima juos naudoti tiek paslėptus viduje, tiek kaip dekoratyvumo elementą išorėje. Užtrauktukai pagal struktūrą gali būti: plastikiniai, metaliniai, spiraliniai ir paslėpti (16 pav.).



16 pav. Užtrauktukais transformuojamo gaminio pavyzdys, autorius Rad Hourani. [28]

Jie taip pat gali būti uždari, atidaroni ir dvipusiai – pastarieji labai patogūs transformacijose, nes leidžia visai nuimti detalę ir jeigu užtrauktukas kitoje vietoje yra tos pačios rūšies ir ilgio galima detalę perkelti į kitą vietą – tokiu būdu vyksta drabužio kitimas. Mados rinkoje Lietuvoje 2013/2014 metų rudens žiemos kolekcijos buvo itin gausus pasirinkimas paltų su užtrauktukas einančiais per liemens liniją, taip galima nusiimti dalį palto ir turėti visai naują gaminį. Toks būdas turi ir savų minusų – gali būti įtraukiama medžiaga, standesnėms medžiagos reikalingi tvirtesni užtrauktukai, kurie ne visada suteikia estetikos ypač drabužio viršutiniame sluoksnyje.

Sagos. Sagos gali atlikti ne tik savo paskirtį segti, tačiau gerai apgalvojus tai gali būti ir tam tikras akcentas, detalė, kuri suteikia modeliui išskirtinumo. Sagos yra patogios, nes gali migruoti iš savo vietos (jeigu tai leidžia transformacija), yra estetiškos, jas galima keisti kas kartą nusibodus ir taip atnaujinti kostiumą, gali būti įvairios formos, blizgumo ir spalvos. Jos gali būti mažos ir beveik nepastebimos, prireikus pašalinamos, tačiau kilputės išlieka. Sagos gali būti tiek viduje, tiek išorėje,

jeigu gaminys sudarytas iš kelių sluoksnių, tada jas galima paslėpti. Tai patogus ir mobilus transformacijos variantas, leidžiantis pačiam žmogui prisidėti prie silueto kūrimo.

Spaudės. Spaudės vienas populiariausių ir patogiausių variacijos elementų dėl savo tvirtumo ir mažumo (gali būti metalinės įspaudžiamos arba plastikinės prisiuvamos). Kadangi jos yra apvalios, tokia jungtis gali prireikus sukelti aplink savo ašį ir nukreipti pridėtinę detalę į norimą pusę arba prisegti bet kurią kitą tokią pat jungtį. Jos dažnai naudojamos ir vaikiškų rūbėlių gamyboje, tai byloja apie saugumą ir patvarumą.

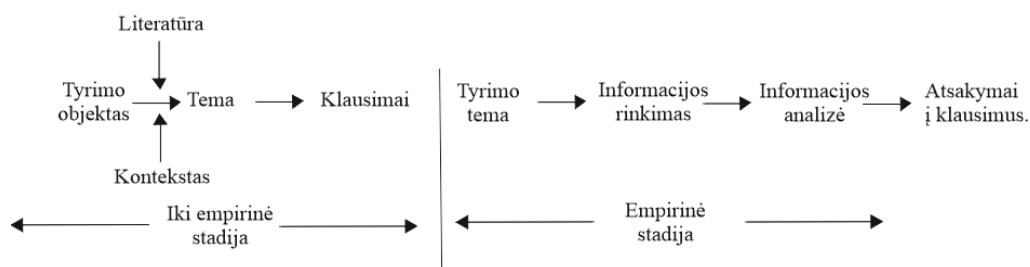
Kabliukai. Mažiausiai naudojama jungtis dėl savo nestabilumo, laisvumo. Kabliukais gali būti „pakabinamos“ tik detalės turinčios svorį, kurios išlaikytų kabliuką įtemptą ir neatsisegtų. Tokiai transformacijai išlaikyti būtinas tempimas, o tokie drabužiai nėra patogūs vartotojui.

Rišimas. Dažniausiai naudojamas būdas, kuris leidžia išgauti daugiausiai skirtingų variantų keičiant drabužį. Kaitaliojant petinio ir juosmeninio drabužio vietas, papildomi medžiagos pertekliai gali būti panaudojami kaip rankovės, diržai, petnešos ir kitos dekoru detalės, o jas patogai surišti. Šis būdas yra tarsi nematomas, todėl, kad nenaudoja jokių papildomų furnitūrų, kurios yra aiškiai matomos arba palieka žymes. Dažniausiai šiam transformacijos būdui naudojami trikotažiniai audiniai, kuriuos lengva dėlioti ant kūno, o surišus ar sulenkus nepalieka nepašalinamų žymių (skylių nuo adatos, ar kilpučių nuo sagų, neišsipešioja). Atsiradusį glamžumą galima pašalinti lygintuvu ir vėl viską transformuoti naujai.

2. TYRIMŲ METODOLOGIJA

2.1. Kiekybinio tyrimo metodika.

Empirinio tyrimo esminis tikslas yra sukauptų duomenų analizavimas ir jų apdorojimas, loginių sprendimų gavimas ir pritaikymas pasirinkto tyrimo objekto problematikai spręsti. Tyrimas atliekamas keliais etapais (17 pav.) - pirmiausia nustatomas tyrimų objektas ir išsikeliama aktualūs mokslinio tyrimo klausimai; renkama ir sisteminama literatūra, suteikianti platesnės informacijos apie tyrimo objekto problematiką, atliktus tyrimus ir esančius analogus; išsikeliama pagrindinė problema, sudaroma tiriamoji anketa skirta surinkti reikiamai informacijai, jos analizė ir sprendimo būdų pateikimas. [26]



17 pav. Tyrimo etapai. [29]

Mokslinį tyrimą galima skirstyti į keturi etapus:

- 1) Pasiruošimas temai – šioje tyrimo stadijoje buvo atliekama transformuojamos aprangos literatūros apžvalgos analizė aukštojoje madoje, kasdienio dėvėjimo aprangoje bei apžvelgiami patentuoti gaminiai, nustatomi transformacijos tipai ir jiems reikalingi priedai.
- 2) Tyrimo proceso organizavimas – siekiant ištirti rinkos poreikį transformuojamai aprangai buvo pasirinkta kiekybinė vartotojų apklausa. Apklausiai atlikti buvo sudaryta anketa (9 1 priedas) ir patalpinta internetiniame puslapyje www.apklausa.lt, siekiant padidinti prieinamumą įvairiose Lietuvos geografinėse vietose.
- 3) Empyrinių duomenų rinkimas – renkami kiekybinės apklausos duomenys, padėsiantys patvirtinti arba paneigti iškeltą hipotezę. Kadangi numatoma kolekcija yra skirta moterims, todėl anketa skirta tik vienos lyties atstovėms, kalbančioms lietuvių kalba (tiriama tik Lietuvos aprangos rinka). Tyrimo metu buvo siekiama apklausti ne mažiau nei 200 respondenčių apie jų aprangos vartojimo įpročius ir transformuojamos aprangos pasiūlą ir paklausą.

- 4) Tyrimo duomenų apdorojimas – statistinių duomenų gavimas ir apdorojimas, jų aptarimas ir rezultatų realus pritaikymas – pasiūlymai išsikeltai problemai spręsti.

Šiuo tyrimu siekiama atrasti pagrindinius žmogaus elgesio motyvus, analizuoti veiksnius įtakančius jų elgesį. Siekiant išsiaiškinti vartotojų pirkimo įpročius ir transformuojamos aprangos paklausą Lietuvos mados rinkoje buvo atlikta internetinė anketinė apklausa. Tyrimui buvo naudojama anketa (Priedas Nr.1) sudaryta iš keturių segmentinių grupių klausimų :

- Vartotojų identifikavimas – šios grupės klausimai padeda nustatyti socialinę vartotojo padėtį ir identifikuoti vartotojo perkamąją galią (1 priedas 1-3 klausimai);
- Pirkimo įpročių nustatymas – identifikuojami vartotojo pirkimo įpročiai ir preliminarus potencialių vartotojų kiekis (1 priedas 4-6 klausimai);
- Ekologiškos mados vertinimas – šios klausimų grupės tikslas, išsiaiškinti vartotojo požiūrį į ekologišką, lėtąją madą, potencialių vartotojų kiekį (1 priedas 7-10 klausimai);
- Transformuojamų drabužių vertinimas – siekiama nustatyti ar vartotojai žino kas yra transformuojama apranga, tokių drabužių paklausą mados rinkoje ir vartotojo požiūrį į tokio tipo aprangą (1 priedas 11-14 klausimai).

Anketa skirta tik moterims, nes kuriamos kolekcijos numatytas tikslinis vartotojas – moteris, patalpinta internetinėje erdvėje, kad būtų pasiekiami visoms kalbančioms lietuvių kalba, tokia forma pateikiama apklausa pasiekiami didesniai kiekiui respondentų, duomenys surenkami iš įvairesnių geografinių vietų, skirtingų socialinių sluoksnių, tai padeda spręsti ne tik apie vieno regiono pirkimo įpročius o apie konkrečios šalies vartotojų poreikius ir jų požiūrį į aprangą, lėtąją madą.

2.2. Kokybinio tyrimo metodika.

Siekiant gauti kuo tikslesnius tyrimo rezultatus itin svarbu nuosekliai vykdyti kokybinio ir kiekybinio tyrimų procedūras – tyrimų strategijos supratimas ir įsigilinimas į problemą, turimą informaciją. Didėjantis kokybinių tyrimų populiarumas rodo, kad socialinė ir švietimo filosofija veda į holistinę perspektyvą, siekiančią išsiaiškinti žmogaus poreikius, baimes ir norus. [29] Kokybinio tyrimo metu yra surenkama papildoma informacija iš konkrečios ekspertų grupės, kuri padeda įsigilinti į tiriamą objektą, analizuojami tik kokybiniai rodikliai, kurie gali būti išreikšti žodine, skaitine (rangavimas) ar suskirstymo į kategorijas formomis ir vertinami subjektyviai.[30]

Kokybiniam tyrimui atlikti pasirinktas tiesioginis eksperimento būdas su ekspertų grupe – aprangos pramonėje ar drabužių dizaino srityje ilgiau nei tris metus dirbantys asmenys, kurie geba vertinti ir atskirti vizualų drabužio siluetą ir konstrukcinę sandarą, formą tarp pateiktų gaminių nuotraukų. Tikslinė grupė sudaryta iš 20 respondentų, su kuriais susitinkama individualiai ir pateikiama spausdinta anketa (2 priedas). Tyrimo metu reikalinga rami aplinka ir normali kambario temperatūra, kad respondentas galėtų susikaupti ir objektyviai įvertinti pateiktų kostiumų skirtingumą – vizualiai atskirti vieną gaminį nuo kito. Anketoje pateiktos trijų skirtingų modelių nuotraukos iš priekio ir nugaros, kuriose vaizduojami skirtingi sukurto drabužio transformacijos būdai, vieno modelio transformacijos vertinamos tarpusavyje, rangavimo skalė nuo –3 (niekuo nesiskiria) iki 3 (visiškai naujas gaminys). Ekspertų imtis (n) pasirinkta 20 respondenčių, kad rezultatai būtų patikimesni ir objektyvesni, suderinamumui patikrinti pasirenkamas Kendal konkordancijos koeficientas. Susitikimo metu kiekvienai iš apklausos dalyvių yra paaiškinamas trumpas instruktažas kaip reikia vertinti modelius: ekspertams pateikiama anketa iš trijų lapų, kiekviename lape pateikta lentelė, kurioje pateiktos kiekvieno modelio ir jo transformacijos nuotraukos iš priekio ir nugaros. Ekspertės paprašomos įvertinti matomus vizualius skirtumus tarp pateiktų modelių (anketoje nurodomi kurie du modeliai vertinami tarpusavyje, vienas modelis – pirminis modelis iš kurio transformuojasi į kitą modelį, kitas modelis – vizualiai ir konstrukciškai kitaip atrodantis gaminys – skiriasi gaminio modelinės konstrukcijos). Modelis vertinamas kaip pasikeitęs (įvykusi transformacija), kai matomas akivaizdus modelio, konstrukcijos, spalvos, silueto pakitimas. Gauti rezultatai suvedami į Excel programą ir jose esančiomis formulėmis (1,2) skaičiuojami reikiami koeficientai norint nustatyti gautų atsakymų reikšmingumą ir s. Išanalizavus gautus rezultatus itin svarbu atsižvelgti į ekspertų nuomonių suderinamumo lygį – konkordancijos koeficientą W , šio įverčio reikšmių aibė yra $[0;1]$, todėl $0 < W < 1$, o kai visos ranguotės sutampa $W=1$, tai reiškia, kad ekspertų grupės nuomonė sutapo visiškai.[31] Kai nėra sutampančių veiksmų, n ekspertų ir m alternatyvų, tai konkordancijos koeficientas skaičiuojamas pagal formulę:

$$W = \frac{12S}{n^2(m^3 - m)}; \quad (1)$$

W – Kendalo konkordancijos koeficientas;

S – rangų nuokrypio nuo vidurkio kvadratų suma;

n – ekspertų skaičius;

m – ekspertų vertintos alternatyvos.

Nuomonė laikoma suderinta ir patikima, kai konkordancijos koeficientas $W=0,7$, o jeigu Kendalo koeficientas $W=0,3$ tai nuomonė laikoma nesuderinta.

Rangų nuokrypio nuo vidurkio suma (S) skaičiuojama pagal pateiktą formulę:

$$S = \sum_{i=1}^m \left(\sum_{j=1}^n r_{ij} - \bar{r} \right)^2; \quad (2)$$

r_{ij} – rangų suma;

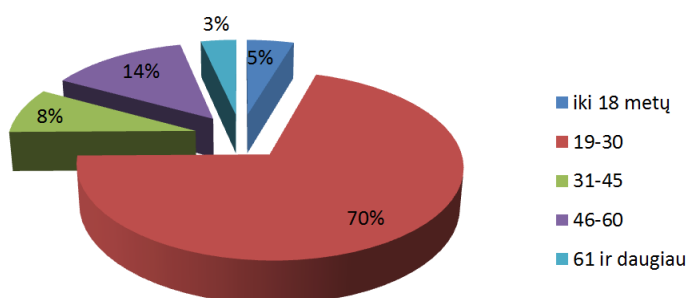
\bar{r} – rangų sumos vidurkis.

Atlikta kokybinė apklausa padėjo nustatyti ar kuriamos kolekcijos modelių transformacija yra vizualiai skirtinga ir matoma vartotojui, tuo pačiu galima apibendrintai atsakyti ar kolekcija išpildo išsikeltus reikalavimus.

3. EKSPERIMENTINĖ ANALIZĖ

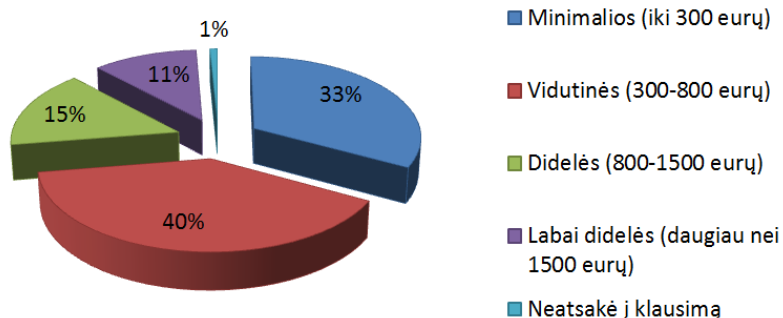
3.1. Dėvėjimo įpročių ir transformuojamo drabužio poreikio tyrimo analizė

Apklausoje dalyvavo 258 respondentės, iš įvairių Lietuvos miestų (apklausa buvo lietuvių kalba, todėl galėjo dalyvauti tik lietuviškai mokančios respondentės). Apklausoje aktyviausiai dalyvavo 19-30 metų amžiaus respondentų grupė - 70%. Tikslinė vartotojų amžiaus grupė aiškiai išryškėja pateiktoje diagramoje (18 pav.).



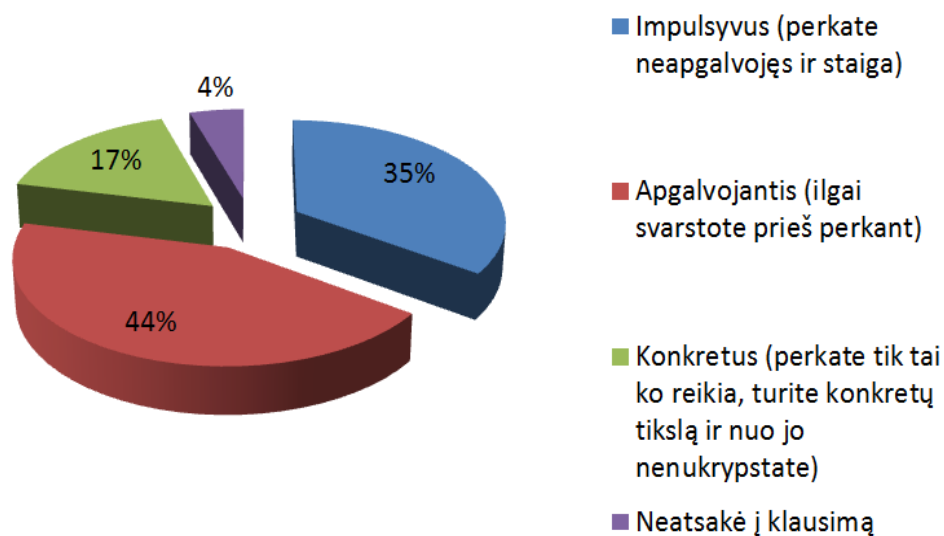
18 pav. Respondenčių amžiaus pasiskirstymas.

Mėnesinių pajamų identifikavimas parodo, kad daugiausia vartotojų sudaro minimalių ir vidutinių pajamų respondentai (net , todėl kuriamo gaminio kaina turėtų būti ne per didelė, kad būtų prieinama ir mažesnes pajamas turinčioms pirkėjoms Lietuvoje (19 pav.).



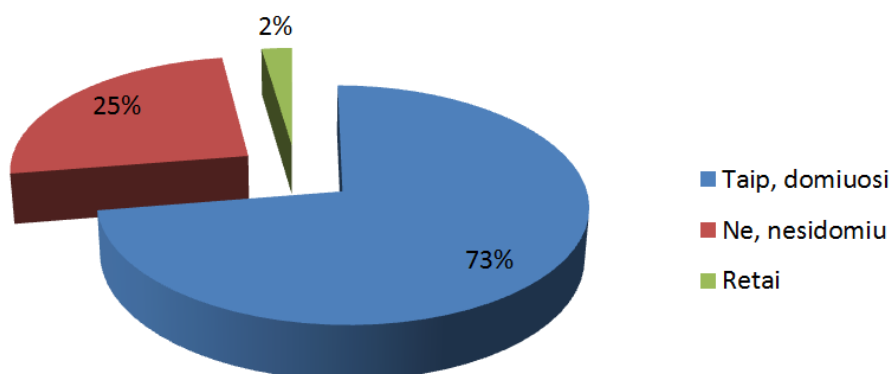
19 pav. Pajamų pasiskirstymo diagrama.

Tyrimo metu buvo nustatyta, kad respondentės prieš įsigyjant aprangos prekę pasiskirstė į dvi grupes – 44 % dažniausiai ilgai svarsto apie reikalingumą ir panaudojamumą, taip pat 35% respondenčių – impulsyvios pirkėjos. (20 pav.)



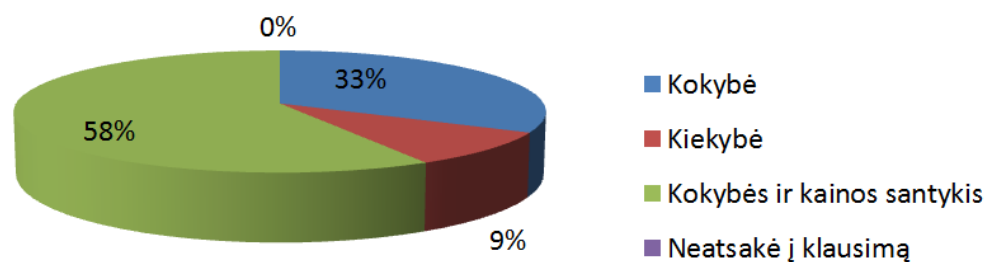
20 pav. Aprangos pirkimo įpročių pasiskirstymas.

Mados tendencijomis domisi beveik trys ketvirtadaliai respondenčių (73%), mada nesidominčių respondenčių sudaro ketvirtadalis apklaustųjų (21 pav.).



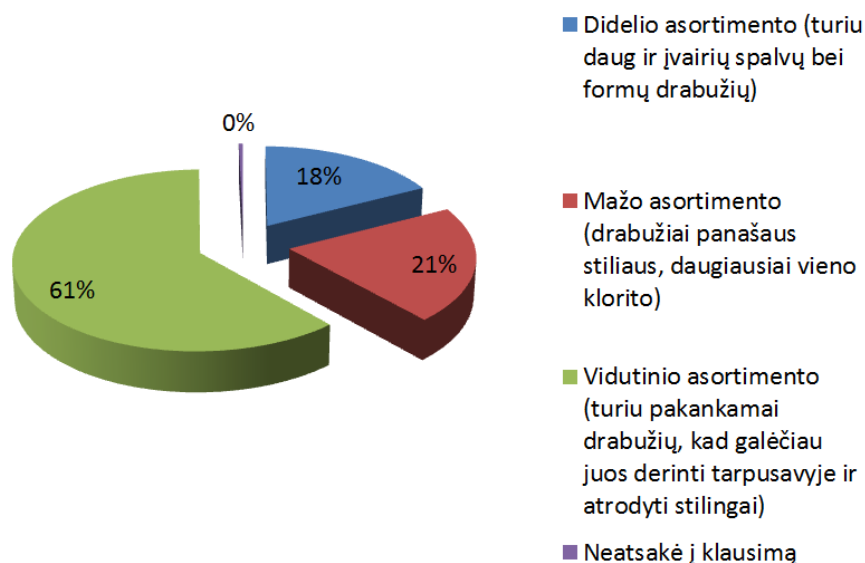
21 pav. Mados tendencijų įtaka pirkimo įpročiams.

58 % respondentų pirmenybę teikia kokybės ir kainos santykiui, tai reiškia, kad vartotojui svarbu ilgai dėvėti įsigytą prekę, arba įsigyti kokybišką neatsižvelgiant į kainos faktorių – taip mano 33% respondenčių (22 pav.). 2015 metais Indijos regione (Baroda, Anand, Khambhat, Dahod ir aplinkiniuose miesteliuose buvo apklausta 311 vartotojų) atliktas veiksnių, turinčių įtakos pirkimo elgsenai klientų atžvilgiu tyrimas parodė, kad net 24,9% respondentų pirmumą teikia kokybei, antras svarbus faktorius patogumas, o mažiausiai įtakos turi kaina – tik 9% respondentų.[32]



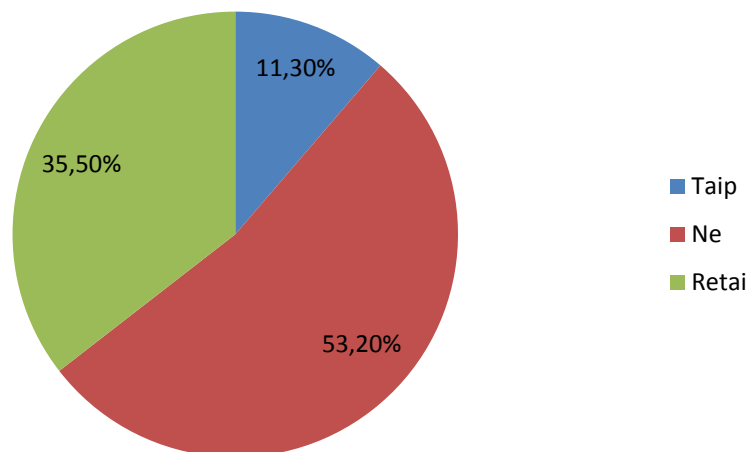
22 pav. Drabužio įsigijimo prioritetų (kokybė, kiekybė, kokybės ir kainos santykis) pasiskirstymas.

Analizuojant respondentų garderobą buvo nustatyta, kad daugiau nei pusė atsakiusių turi vidutinės apimties asortimentą (turi pakankamai drabužių, kad galėtų juos derinti tarpusavyje ir atrodyti stilingai) – 61%, o mažą garderobą turi 21%, tai rodo, kad gausiai perkančiųjų respondentų yra tik penktadalis, tai patvirtina anksčiau apklausoje analizuotus duomenis – renkama kokybiška prekė, o ne kiekybė, taip pat įtakos gali turėti ir finansinė respondento padėtis.



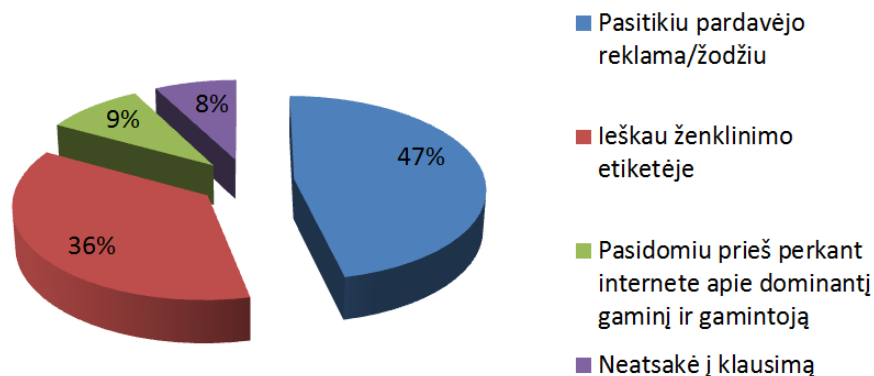
23 pav. Vartotojų garderobo pasiskirstymas.

Į klausimą apie ekologiškos aprangos pirkimą, dauguma respondentų atsakė neigiamai – 53,2% neperka ekologiškos aprangos (23 pav.). Tik 11,3% įsigyja ekologiškus gaminius, tai parodo, kad tik dešimtdaliui dalyvavusių apklausoje svarbus audinio ir aprangos gaminimo būdas, poveikis aplinkai, gamybos sąnaudos.



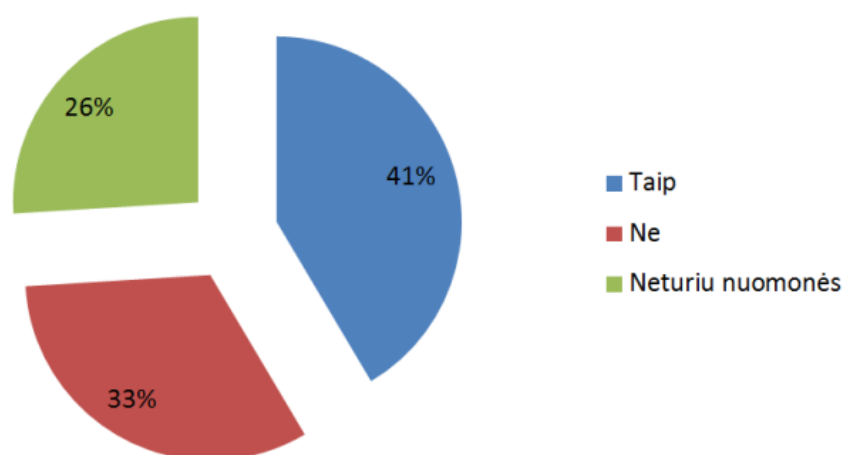
24 pav. Ekologiškos aprangos pirkimo pasiskirstymas.

Analizuojant ekologiško ženklavimo ir pardavėjo reklamos poveikį ir poreikį vartotojui buvo nustatyta, kad 47% perkančiųjų ekologišką aprangą, ieško ženklavimo etiketėje, o 36% pasitiki pardavėjo reklama.



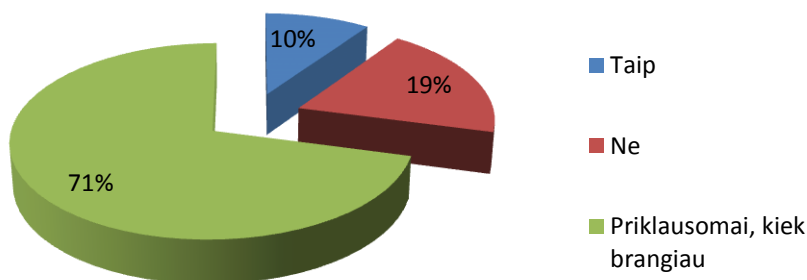
25 pav. Ekologiškumo ženklavimo reikalingumo ir pardavėjo reklamos patikimumo rezultatai.

Aprangos vartotojiškumo mažinimas yra svarbus tik 41% apklaustųjų, likusiems respondentams nesvarbu (33%) arba neturi nuomonės (26%) (26 pav.). Rezultatai rodo, kad daugiau nei pusė respondentų nemato perteklinės vartojimo problemos aprangos sektoriuje.



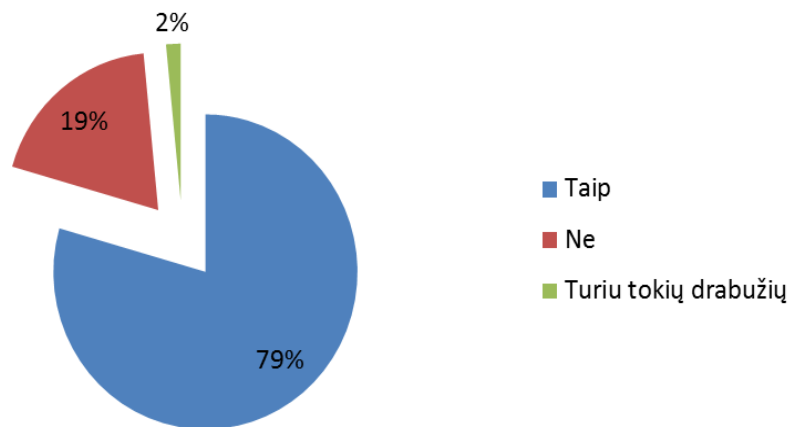
26 pav. Aprangos vartotojiškumo mažinimo prioriteto apklausoje pasiskirstymas.

Apklausoje duomenimis buvo nustatyta, kad už ekologišką gaminį sutiktų mokėti daugiau 71% respondencijų, tačiau tai priklausytų kiek procentų kaina būtų didesnė, nei ne ekologiško tokio pačio produkto. Atsižvelgiant į rezultatą, Lietuvos pirkėjas galima priskirti *Kandidatų* grupei – žino apie gamtai daromą žalą, ekologinį disbalansą, sutiktų pirkti aplinkai draugiškus produktus ir yra sąmoningos juos rinkdamosi, net jeigu jų kaina yra aukštesnė. (Chitra 2007) [33]



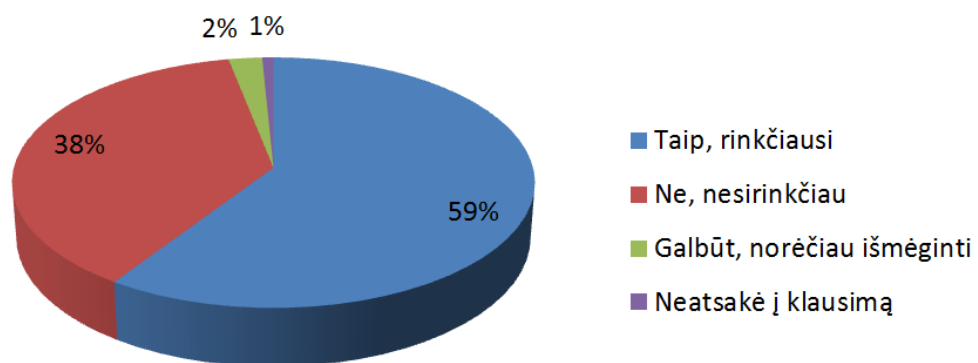
27 pav. Respondencijų sutinkančių mokėti daugiau už ekologišką gaminį pasiskirstymas.

Daugiau nei trys ketvirtadaliai respondencijų yra girdėję apie transformuojamus drabužius, tai rodo, kad visame pasaulyje kuriami nauji produktai ir tvarios mados idėja pasiekia Lietuvos vartotoją (28 pav.).



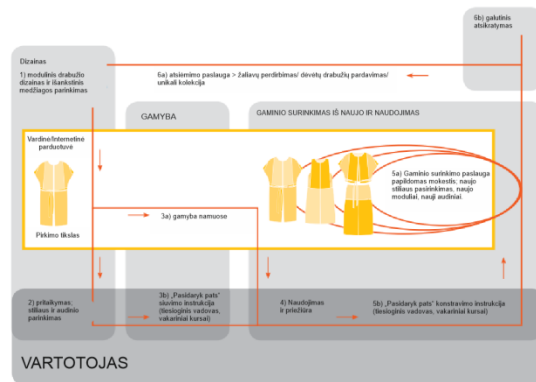
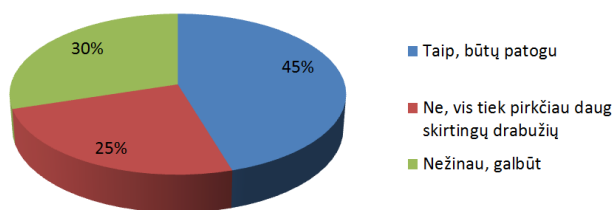
28 pav. Transformuojamų drabužių žinomumo rezultatai.

Transformuojamą drabužį dėvėjimui rinktųsi daugiau nei pusė apklaustųjų 59%, o jį išmėginti norėtų 38% atsakiusiųjų (29 pav.) Tokie rezultatai parodo, kad respondentėms yra įdomios naujovės ir netradicinio dizaino ar dėvėjimo būdo drabužiai, todėl kuriama kolekcija atitiktų rinkos poreikį, sulauktų susidomėjimo ir prisidėti prie tvaraus dizaino ir atsakingo vartojimo.



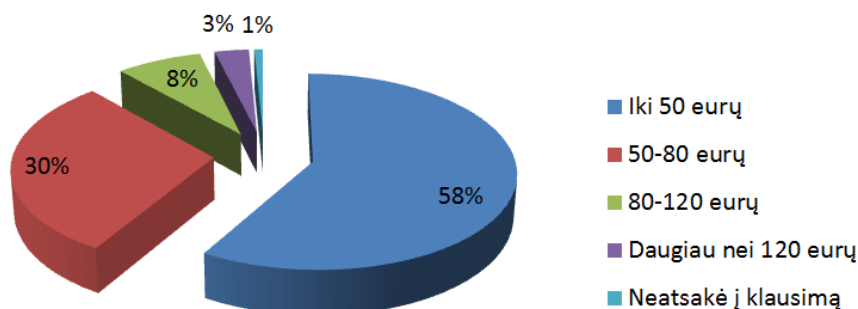
29 pav. Transformuojamo drabužio paklausa tarp respondentų.

Manančiųjų, kad daugiafunkciniai drabužiai galėtų sumažinti turimų drabužių kiekį 45% respondentų, tai parodo, kad tokio tipo prekės būtų paklausios mados rinkoje, todėl galima teigti, kad pasirinkta darbo tema yra aktuali, o kuriamos kolekcijos koncepcija užpildytų laisvą nišą aprangos pramonėje (30 a pav.).



30 pav. a) Transformuojami drabužiai galėtų sumažinti perkamų drabužių kiekį; b) Transformuojamo drabužio kūrimo ciklas [40]

Į klausimą apie transformuojamo drabužio (trikotažinės suknelės) kainą patraukliausią pirkėjui (32 pav.) 58% respondentų pasirinko mažiausią kainų grupę (iki 50 eurų), tai parodo, kad pirkėjai tikisi pigiai pirkti prekę neatsižvelgdami į būsimą jos kokybę, kad ji atstotų kelis gaminius, kurių suma dažniausiai viršytų vieno perkamo multifunkcinio gaminio kainą.



31 pav. Transformuojamo drabužio (trikotažinės suknelės) galimos rinkos kainos vertinimas.

Atlikus kiekybinį rinkos tyrimą, skirtą išsiaiškinti transformuojamo gaminio ir tvarios mados poreikio Lietuvos rinkoje, buvo nustatyta, kad aktyviausi aprangos pirkėjai jauno amžiaus moterys (19-30 metų), uždirbančios minimalias arba vidutinės pajamas, todėl modelių įvairovę ir mados tendencijos turėtų būti pritaikytos daugiausiai šiai amžiaus grupei – jaunatviški, patogūs, tiek laisvo tiek klasikinio siluetai modeliai. Jeigu gaminio kaina būtų pasiekama tik didelės ir labai didelės pajamas turintiems vartotojams, nebūtų pasiektas ekologiškumo skatinimo efektas plačiu mastu, todėl gaminio kaina turėtų būti racionali ir prieinama įvairias pajamas gaunančioms respondentėms. Pirkimo įpročiai pasidalija tarp apgalvojančių ir impulsyvių pirkėjų, besidominčių mada ir atsižvelgiančių į kainos ir kokybės santykį prieš įsigyjant gaminį, todėl galima daryti išvadą, kad tik dalis rinkos vartotojų yra socialiai atsakingi ir stengiasi vartoti saikingai, tačiau tai gali lemti ir

finansinė respondento padėtis ir bendra šalies ekonomika. Taip pat pirkimo įpročius koreguoja marketingas – reklama socialiniuose tinkluose, pirkėjui adresuoti suasmeninti pasiūlymai elektroniniame pašte ar jo paskyroje, įvairios akcijos ir nuolaidos. Šiaurės Vakarų Prancūzijoje ir Šiaurės Švedijoje 2014 metais buvo atliktas tyrimas, kurio tikslas buvo išsiaiškinti reklamos įtaką pirkėjų įpročiams [34]. Tyrimas parodė, kad dauguma vartotojų dalyvavusių apklausoje teigiamai įvertino trijų tipų reklamos įtaką jų pirkimo įpročiams, todėl galima daryti prielaidą, kad reklama galėtų būti panaudota švietimo tikslu siekiant supažindinti vartotoją su ekologinės problemos aprangos sektoriuje mastu, padėti populiarinti transformuojamų drabužių paklausą, skatindama vartotoją rinktis atsakingai ir jį ugdyti.

Daugiau nei pusė respondentų savo turimą garderobą apibūdina kaip vidutinio asortimento, todėl pasiūlymas išbandyti transformuojamą drabužį, kuris praplėstų garderobą, būtų alternatyvus sprendimas norint turėti didelį aprangos pasirinkimą ir tuo pačiu prisidėti prie aplinko tausojimo, lėtosios mados skatinimo. Apklausos dalyvės nėra ekologiškumo šalininkės, todėl transformuojamų drabužių pasirinkimas daugiau skirtas garderobo praplėtimui už mažesnę kainą nei įsigyjant kelis gaminius. Apklausa parodė, kad Lietuvos vartotojai nėra plačiai supažindinti su tvaria mada (30 pav. b) ir jos principais, todėl transformuojamo gaminio kainos preliminarus parinkimas rodo, jog vartotojui vis dėl to svarbu kuo pigiau įsigyti gaminį neatsižvelgiant į jo sukurtą pridėtinę vertę. Mažo ir didelio asortimento garderobą galima būti praplėsti transformuojama apranga, kuri suteiktų galimybę turėti vieną gaminį, tačiau panaudoti jį keliais būdais, o didelio garderobo asortimento turėtojoms leistų sumažinti pirkimo kaštus įsigyjant transformuojam tipo drabužį, tačiau nesumažinant galimybių dėvėti vis kitokį drabužį.

Mada apibrėžiama kaip socialinės sklaidos procesas, kurio naujas stilius yra interpretuojamas kaip priklausomumo kodas priimtinas vartotojų grupei (Solomon 2006) [35]. Mada yra konstruktas, kuris remiasi socializacijos ir medijos ryšiu, veikiančiu pirkėjo elgesį per tam tikrą reklaminę platformą nukreiptą į tikslinį vartotoją. [36] Galima daryti prielaidą, kad tikslingai veikiamos marketingo priemonės gali būti paverstos mados tendencijų šaltiniais, kurie privileija vartotoją ir įtakoja jo pasirinkimą įsigyti vieną ar kitą gaminį

Atsižvelgus į gautus tyrimų rezultatus, galima teigti, kad kokybė yra svarbiausias faktorius renkantis drabužį, todėl ir kiekybės santykis pritraukia pirkėją pirkti vieną brangesnę ir kokybiškesnę prekę, nei daug nekokybiškų ir pigių, tai dar vienas rodiklis leidžiantis teigti, kad vartotojas pats to nesuprasdamas prisideda prie vartojimo mažinimo įsigydamas prekę, kurios tvarumo laikas ilgesnes nei nekokybiškų prekių, tokiu būdu yra sumažinami gamybos ir išmetamų šiukšlių kiekiai.

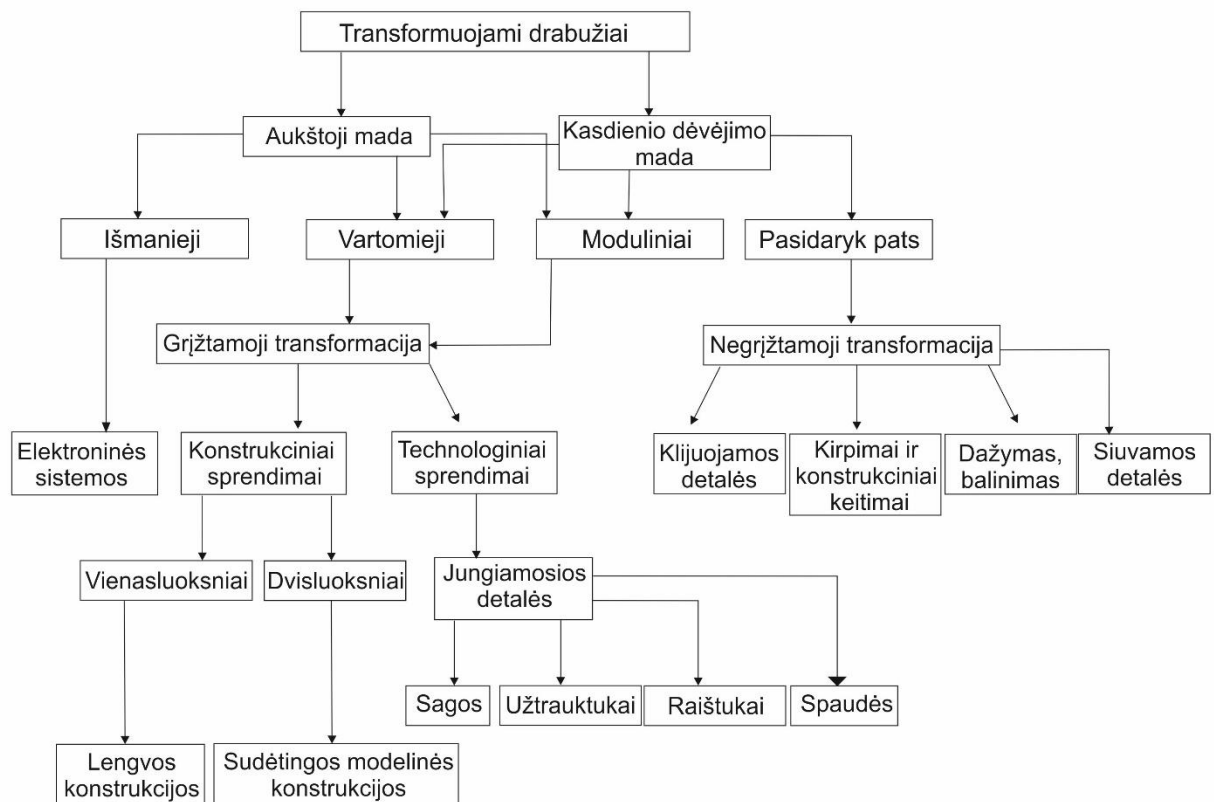
Tyrimo metu buvo nustatyta, kad vartotojams nėra svarbi taršos problema Lietuvoje ir pasaulyje, per mažai informacijos ir integravimo į ekologišką vartotojų bendruomenę ir vartotojo kaip atsakingo už taršą subjekto suvokimo formavimo trūkumas. Tačiau kito klausimo metu buvo nustatyta, kad respondentėms buvo svarbus tarptautinis ekologiškumo ženklavimas (Vokietijos Mėlynasis Eko Angelas, Europos Sąjungos Eko Ženklas, Šiaurės Europos Baltoji Gulbė,) ir šių ženklų žymėjimas etiketėje. Galima daryti išvadą, kad pirkėjai dažnai net nežino ženklavimo esmės arba yra mažai informuoti šia tema ir ženklavimo svarbumu.

Kalbant apie lėtosios mados skatinimą (vartotojiškumo mažinimą) daugiau nei pusei respondenčių tai nėra aktualu arba neturi nuomonės, tai galėjo įtakoti žemas taršos švietimo lygis, žinių trūkumas aprangos gamybos procesų žalos ir gamtai – dažais ir chemikalais užliejamos upės Kinijoje, džinsinio audinio sendinimas smėliu žalojant žmogaus sveikatą, medvilnės auginimas sparčiai mažinant gėlo vandens resursus, išmetamų gamybos atliekų ir drabužių tarša aplinkoje, vaikų išnaudojimas darbo rinkoje.

Transformuojamo gaminio populiarumas aprangos rinkoje būtų šiek tiek didesnis nei vidutinis, tačiau jo tikrąją funkciją (aprangos vartojamo kiekio mažinimas) įvertino ir pasinaudotų mažiau nei pusė respondenčių. Tai rodo, kad aplinkoje gajus aprangos vartojimo ir savęs išreiškimo per aprangą stereotipas, o vartotojai yra nekūrybiški žmonės, kurie galėtų išspręsti šią problemą transformuojamos aprangos pagalba ir tapti lėtosios mados dalyviais. Tokio tipo gaminiai turėtų būti gaminami nedideliais kiekiais ir labiau individualizuoti, kuriami kompetentingo dizainerio ir įmonės sandraugoje, tikslingai pasiekdami vartotoją (31 pav. b). Apklausa parodė, kad moterys renkasi mažesnes kainų grupes, tai gali lemti socialiniai ir materialiniai rodikliai vyraujantys šalies ekonomikoje, neįvertinama kūrejo bei tvaraus dizaino koncepcijos vertė, gaminiui parinktos medžiagos ir nedidelė gamyba, kur gaminį padarytų mažu meno kūrinium su pridėtinė verte.

3.2. Transformuojamų drabužių klasifikacija.

Lėtoji moda įvairiomis atmainos skverbiasi į aukštosios mados ir kasdienio vartojimo rinką, įvedama daugianfunkcinę aprangą, perdirbtus pluoštus (plastikas perdirbtas taip, kad tinka drabužių siuvimui). Funkcionalūs drabužiai gali padėti mažinti aprangos rinkoje esantį vartojimą, skatinti žmones imtis kūrybiško ar atnaujinti turimus gaminius juos perdirbant. Vartojimo sulėtinimas prisideda sprendžiant taršos mažinimo klausimus, taip pat mažinant gamtinių išteklių naudojimą. Panaudojant literatūros analizės metu surinktą medžiagą bei analogus, buvo suklasifikuoti transformacijos būdai, bei priskirtos transformacijos jungtys konstrukciniai sprendimai. (32 pav.)



32 pav. Transformuojamų drabužių klasifikacija pagal jų transformacijos pobūdį.

Pateiktoje schemoje matoma, kad aukštajai madai priskiriama išmanioji, vartomoji ir modulinė transformacijos. Išmanioji apranga priskiriama aukštajai madai dėl sunkios įgyvendinimo technologijos bei specifinės struktūros, tokia apranga daugiausiai šiuo metu skirta moksliniams tyrimams ir reprezentacijai įvairių renginių metu. Vartomoji apranga gali būti priskiriama tiek aukštajai tiek kasdienio vartojimo rinkai, lengvai pritaikoma, tačiau skiriasi modelinės konstrukcijos bei estetiniai sprendimai, audiniai. Modulinės konstrukcijos transformuojama apranga turi platų spektrą transformacijų galimybių ir jungčių, todėl galima teigti, kad tai daugiausia transformacinių galimybių turintis būdas. Pasidaryk pats aprangos tipas priskiriamas tik „*pret-a-porte*“ madai dėl negrįžtamos transformacijos ir pigios galimybės pakeisti turimą gaminį ir neatitikimo „*Houte couture*“ kuriamos aprangos keliamiems reikalavimas. Grįžtamoji transformacija gali būti kuriama trimis pagrindiniais būdais – elektroninės sistemos (išmanieji), konstrukciniai sprendimai (vartomieji ir moduliniai), bei detalės jungiamos įvairiais aprangos priedais (moduliniai). Konstrukciniais sprendimais transformuojama apranga gali būti vartoma ir turėti kelis sluoksnius skirtingo audinio, tokiems gaminiams reikalingi sudėtingi konstrukciniai sprendimai arba elastingi ir deformacijai pasiduodantys audiniai. Išskiriamos trys pagrindinės jungiamieji sprendimai padedantys transformuoti gaminį – sagos/spaudės, raištukai, užtrauktukai – kuriems reikalingas

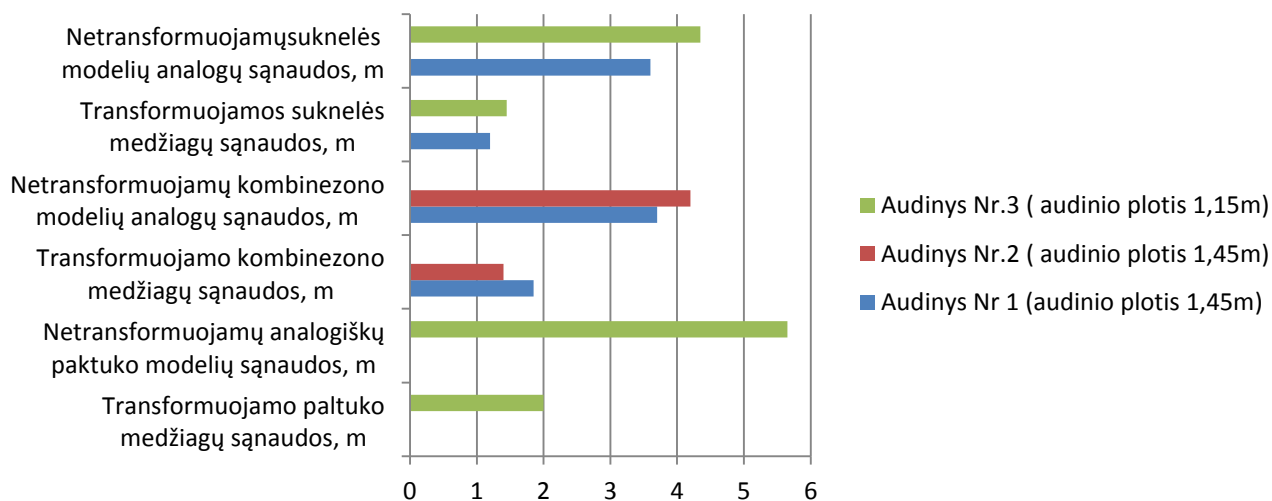
teisingas audinio parinkimas bei tikslus vietos numatymas, kad transformacija pavyktų teisinga ir drabužyje neatsirastų deformacijų veikiančių drabužį ir sukeliančių diskomfortą.

Transformuojamos aprangos klasifikacijoje išskiriami keturi galimi būdai, kurie suteikia galimybę sukurti išvaizdos pokyčio variacijas, ilgo dėvėjimo galimybę, sukuria drabužiui pridėtinę vertę. Tokios aprangos atsiradimas rinkoje skatina atsakingą produktų kūrimą ir mąstymą, sudaryta klasifikacija padeda išsiaiškinti transformacines galimybes jau esančias rinkoje bei ieškoti naujų sprendimų ir galimybių.

3.3. Gamybos žaliavų sąnaudų skaičiavimas transformuojamoje „CLO‘gene“ kolekcijoje.

Gamybos sektoriuje svarbios trys pagrindinės tobulinimo sritys, kurios skirstomos į motyvacijos, kompetencijos ir veiklos organizavimą. Viena kitą įtakodamos dažniausiai sukuria žemo lygio produktyvumo priežastis, todėl norint padidinti gamybos efektyvumą, gamybos sektoriuje yra pastoviai atnaujinama įranga, tobulinamos darbo kompetencijos ir organizavimo įgūdžiai, kuriami drabužiai, kuriems reikia kuo mažiau gamybos laiko ir žaliavų sąnaudų.

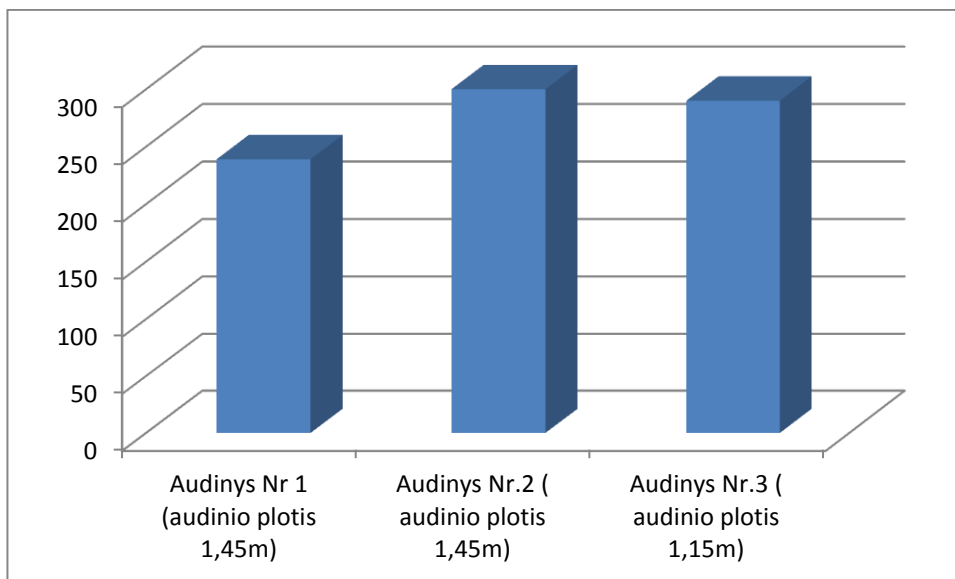
Siekiant išsiaiškinti transformuojamo gaminio pranašumus pramoninėje gamyboje, buvo skaičiuojamos - audinių reikalingų transformuojamam gaminiui ir tokiems patiems netransformuojamiems gaminiams pagaminti reikalingos medžiagų sąnaudos (3 priedas).



33 pav. Transformuojamų kolekcijos modelių ir netransformuojamų analogų medžiagų sąnaudos metrais.

Pateiktoje diagramoje (33 pav.) akivaizdžiai matomi naudojamos gamybos žaliavos kiekio skirtumai gaminant vieną transformuojamą gaminį ir tokius pačius netransformuojamus gaminius. Gaminant šiuos konkrečius modelius iš neraštuotos medžiagos, kurios nereikia taikyti tarpusavyje, galima sutaupyti 239%-300% medžiagų sąnaudų (34 pav.), tokiu būdu reiktų pagaminti mažiau

audinio, būtų mažiau atliekų ir išmetamos aprangos, gamtoje neliktų tiek daug aprangos sektoriuje išmetamų sunkiai yrančių sintetinių audinių arba būtų galima sumažinti medvilnės gavybos kiekį taip sutaupant gėlo vandens, kuris reikalingas medvilnei laistyti.



34 pav. Sutaupomas transformuojamo gamtinio audinys, %

4. LĒTOSIOS MADOS KOLEKCIJOS DIZAINAS ĮVERTINIMAS

4.1. Įkvėpimo šaltinio analizė

Kolekcijos „CLO‘gene“ moto-idėja – konceptualaus drabužio pritaikymas kasdieniam vartojimui, modifikuojant įvairiausių dėvėjimui ir išvaizdos transformacijai. Šiuolaikinė mokslo pažanga leidžia organizmų genetinės medžiagos dirbtinį pakeitimą, kurio metu augalai, mikroorganizmai ar gyvūnai įgyja naujų savybių, kurios iki tol jiems buvo nebūdingos. Moksliniai eksperimentai kelia aršias diskusijas, susijusias su sveikatos saugojimu ir mokslo pažanga. Genetiškai pakeisti galima ir augalus, ir gyvūnus. Tad pasinaudojus šiuolaikine genų inžinerija, galima sukurti tokius organizmus, kurie savaime gamtoje niekaip neatsirastų. Tokiu principu kolekciijoje atsispindės petinių ir juosmeninių gaminių sujungimas, detalių, linijų, perkėlimas, nusistovėjusios standartinės tvarkos sujaukimas, naujumo paieškos.

Genetiškai modifikuoti organizmai (GMO) – tai organizmai, kurių genetinė medžiaga buvo dirbtinai pakeista naudojant genų inžinerijos technologijas. Jų pagalba iš dviejų skirtingų šaltinių paimtų DNR sukuriama nauja DNR molekulė (DNR molekulėje slypi informacija apie viso organizmo vystymąsi). Kalbant apie genetines modifikacijas reikia skirti selekciją nuo genų inžinerijos, kadangi nors tikslai panašūs, bet metodai iš principo skiriasi. Selekcija atrenka

geriausiais savybių deriniais pasižyminčius organizmus, juos natūraliai kryžmina ir organizmams dauginantis šios savybės persiduoda palikuonims. Selekcija įmanoma tik kryžminant pakankamai giminingus organizmus, kurie genus (savybes) tarp visiškai negiminingų organizmų. Tam pasiekti naudojamos sudėtingos technologijos ir genų (savybių) pernaša atliekama mėgintuvėlyje. Tokiu būdu atliekama tai, kas gamtoje neįmanoma. Pavyzdžiui, Lietuvoje buvo siekta pradėti lauko bandymus su genetiškai modifikuotu rapsu, kuris turi savybę būdingą samanoms – kaupti nesočiašias omega rūgštis, kurių gausu žuvų taukuose. Galimybė rapsui susikryžminti su samana gamtoje lygi nuliui. [37] Tokiu pat principu kolekcijoje „CLO‘gene“ bus jungiami petinių ir juosmeninių gaminių detalės. Šia kolekcija nėra siekiama parodyti nusiteikimą ar palaikymą genetiškai modifikuotiems produktams, yra panaudojamas tik esminis principas sujungti du negiminingus/ mažai giminingus objektus ir paversti naujadaru kūrinium.

Konstruktivizmas – meno judėjimas atsiradęs apie 1919 metus Rusijoje, pasiūlė „gamybos meno“ ideologiją, menas su socialine prasme ir praktiniu panaudojimu. Šiame judėjime dalyvavo nemažai „menininkų inžinierių“ Vladimir Tatlin, Alexander Rodchenko, Varvara Stepanova and Lyubov Popova. [38] Darbai buvo orientuoti į bendrą gyvenimo reorganizavimą ir naujos meninės raiškos formos prieinamumą masėms, todėl šiame judėjime dalyvavo daug skirtingų sričių menininkų, tarp jų ir mados atstovai. Meninis kolekcijos sprendimas pritaikytas masiniam dėvėjimui, griežtų linijų įvedimas – konstruktivizmo atspindys ir interpretacija „CLO‘gene“ kolekcijoje. [39]

Šias dvi skirtingas temas apjungia vienas tikslas – konceptuali, inovatoriška kolekcija, kuri kalbėtų apie modifikaciją, pokytį, būtų meno kūrinium prieinamu visuomenei ir tuo pačiu atskleistų žmogaus virsmo trapumą. Sudėtingos konstrukcijos, drabužyje atsirandančios linijos suteiks įdomumo, naujumo, tikslingumo tarp vartojimo ir tikrosios kūrinio vertės. Šiuolaikiniai dizaineriai taip – pat naudojami konstruktivizmo ir avangardizmo principais savo kūrinuose, naudodami pasikartojančias detales, minkštas arba griežtas struktūrines formas (38 pav.). Inspiruojančios konstrukcinės galimybės ir jungimai bei naujo drabužio- meno kūrinio kūrimas kolekcijai CLO‘gene suteikia individualumo, išskirtinumo ir novatoriškumo. Kolekcijos pavadinime užkoduota pati idėja- „CLO“ trumpinys žodžio „cloth“ (angl. drabužis), o „gene“ išvertus iš anglų kalbos reiškia „genas“. Kolekcija CLO‘gene tai žinutė vartotojui apie drabužio interpretacijas, jo moduliacijas – drabužio „geno“/ modelinės konstrukcijos pritaikymas neįprastam dėvėjimo būdui.



38 pav. Šiuolaikiniai konstruktyvizmo pavyzdžiai [40]

4.2. Transformuojamos kolekcijos „CLO‘gene“ aprašymas.

Tyrimo objektas – transformuojami vasariniai moteriški petiniai ir juosmeniniai drabužiai, jų apjungimas ir pritaikymas įvairiapusiam dėvėjimui, konstrukciniai sprendimai siekiant sumažinti žaliavų sąnaudas ir pateikti kaip gamtai draugišką produktą.

Projektavimo pagrindimas – transformuojami drabužiai prisideda prie lėtosios mados ir ekologiškumo, mažinant aprangos gamybos kiekius, įskaitant audinių ir kitų gamtinių išteklių naudojimą. Polifunkcinės konstrukcijos drabužiai leidžia ne tik kas kartą atrodyti efektingai, tačiau ir padeda išspręsti daiktų pertekliaus problemą, vartotojiškumo ir taršos faktorių mažinimas. Kuriamai kolekcijai keliami novatoriškumo ir naujų konstrukcinių sprendimų įgyvendinimo, mados tendencijų atitikimo ir vartotojų poreikių patenkinimo reikalavimai (8 lentelė).

4.2 lentelė. Kuriamai kolekcijai keliami reikalavimai.

Novatoriškumas	Kolekcija turi būti inovatyvi savo konstrukciniais ir dėvėjimo sprendimais. Kintančios aplinkos/ įkvėpimo šaltinio interpretavimas.
Vientisumas	Kolekcijos modeliai turi sietis tarpusavyje tiek audinių, tekstūrų aspektu, tiek kolekcijoje naudojamų detalių vientisumu, koncepcijos išlaikymu.
Išbaigtumas	Naudojant kompozicines priemones išvystyti kolekcijos išbaigtumą.
Transformacija	Kolekcijos elementai pritaikyti prie kolekcijos koncepcijos ir pagrindinės idėjos, įkvėpimo šaltinių perteikimas drabužyje.
Įvaizdis	Sukuriamas įvaizdį, kuris atitiktų konceptualiam pasirodymui, būtų intriguojantis ir neįprastas.

Siekiant tikslingo ir efektyvaus kolekcijos vartojimo reikalingas prognozuojamo vartotojo

profilis (9 lentelė), suteikiantis informacines gaires kolekcijos modelių kūrimui. Itin svarbi pasirinkto vartotojo socialinė ir šeimyninė padėtis, amžius, požiūris į madą ir stilingumą, gyvenamoji vieta, pomėgiai, pirkimo įpročiai ir apibrėžta dydžių skalė. Apibrėžtas kuriamo vartotojo profilis leidžia tikslingai kurti modelius ir parinkti audinius pagal skirtingus regionus ir kultūras, suteikia informacijos apie gyvenamosios vietos oro sąlygas, kultūrinius ypatumus, vyraujančią aprangos stilišką pvz. Švedijoje, Norvegijoje vyrauja skandinaviškas stilius, oro sąlygos dažniausiai atšiaurios, todėl reikalingi šiltesni ir minimalistinio tipo modeliai, o Italijoje, Ispanijoje klimatas tropinis, todėl aprangos kolekcija turėtų būti kuriama iš lengvų audinių, ryškių spalvų su įdomiais akcentais.

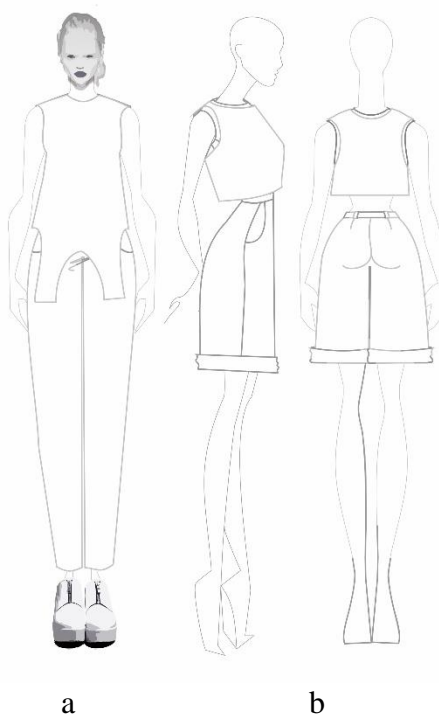
4.2.1 lentelė. Prognozuojamo vartotojo profilis.

Demografija	Pirkimas	Patinka/Nepatinka
Žmogus, kuriam svarbi aplinka, jos tausojimas, saikingas aprangos produktų vartojimas, mada, menas.	Palaiko lėtosios mados kūrėjus, taip pat vertina kokybišką prekę su pridėtinė verte.	Įvairūs netradiciniai meniniai ir dizaino sprendimai, praktiški pasiūlymai pritaikomi kasdienėje aprangoje.
Amžius 16 – 60 metų.	Parduotuvėje elgiasi apgalvotai, derina turimą garderobą su išigyjamu, todėl perka, brangius ir kokybiškus drabužius.	Patinka: leidiniai susiję su mada („Vogue“, „L’official“) , taip pat idėjos susijusios su ekologiškumu ir tvaria mada, švietėjiški renginiai, seminarai .
Šeimyninė padėtis neturi įtakos.	Mėgsta rengtis stilingai, tačiau nėra mados auka.	Naudojasi įvairiais internetiniais portalais sužinoti naujienoms, yra šiuolaikiškas.
Gali turėti vaikų.	Lojalus prekiniam ženklu atitinkantiems ideologiją ir jo kuriamą įvaizdį.	Konkrečių mados sekėjų neturi, patinka atskiros stiliaus detalės, spalviniai deriniai.
Nuolatinės (pastovios) pajamos – 15 000 eurų per metus	Prioritetinė drabužio funkcija laisvalaikio ir „smart casual/casual“	Mėgsta : minimalizmą, patogumą, paprastumą, konceptualumą , funkcionalumą. Nemėgsta: kičo, besaikių detalių, saldaus įvaizdžio, vulgarumo.
Didmiestis vakarų Europoje arba Japonija.	Kūnas rodomas saikingai, pabrėžiami privalumai, kūnas nėra tik pakaba.	Paprasti kasdieniai dalykai, lengvi pokštai.
Laisvalaikiu mėgsta lankyti parodas, įvairius renginius, keliauti, skaityti.	Perkamoji galia vidutinė/ šiek tiek didesnė nei vidutinė.	Patinkanti įvairi muzika (pop, electro, techno, klasika ir pan.)
Atostogauja 2-3 kartus per metus.	Dėvi S/M/L dydžius	

4.3. Kolekcijos „CLO‘gene“ modeliai.

CLO‘gene – minimalistinė, moderni, transformuojama asortimento moterims kolekcija, skirta pavasariui/vasarai 2017 metams. Kolekcijos modeliai turi kelis dėvėjimo būdus, todėl praplečia vartotojui išvaizdos pokyčių galimybę. Kolekcijoje kolorito paletė švelni, vyrauja šviesūs pasteliniai – žalsvi, pilkšvi, rausvi - atspalviai.[41] Audiniai parenkami tiek lengvi ir plazdantys, tokie kaip krepas, plona viskozė; standesni išlaikantys formą, tokie kaip medvilnė. Kolekcijoje vyrauja pagrindiniai trys siluetai – stačiakampio, trapecijos ir ovalo, kurie yra derinami tarpusavyje, suteikiant kolekcijai dinamikos. Pasirinktas modernus, švarus siluetas ir įvaizdis, suteikia kolekcijai modernumo ir inovatyvumo prieskonį.

Pirmąjį modelį sudaro kelnių ir palaidinės komplektas. Pirminė modelio konfigūracija (39 pav. a): tiesaus silueto kelnės, pagamintos iš plono viskozinio audinio su įleistinėmis kišenėmis, užsegamos užtrauktuku, kelnų apačias ties šonine linija galima susiaurinti jas susegus esančiomis plastikinėmis spaudėmis. Palaidinės forma išgauta naudojant veidrodinę simetriją baziniam petiniam lekalui ir taip gaunamas naujas modelinis lekalas, krašto apdaila dekoratyvi – naudojama organzinė apkantavimo juostelė. Antrinė modelio konfigūracija (39 pav. b): kelnės vienodu pločiu atraitomos iki susegimo vietos ir juostelėmis prisiūtomis vidinėje kelnų pusėje prisegamos prie išorėje esančių spaudžių, palaidinės apačios linija keliama link pečių ir susegamos priekio bei nugaros detalės - tampa lengvi šortukai ir dviguba trumpa palaidinė.



39 pav. Pirmojo modelio eskizai a) ilgų kelnų ir palaidinės variantas; b) šortų ir trumpos palaidinės

variantas.

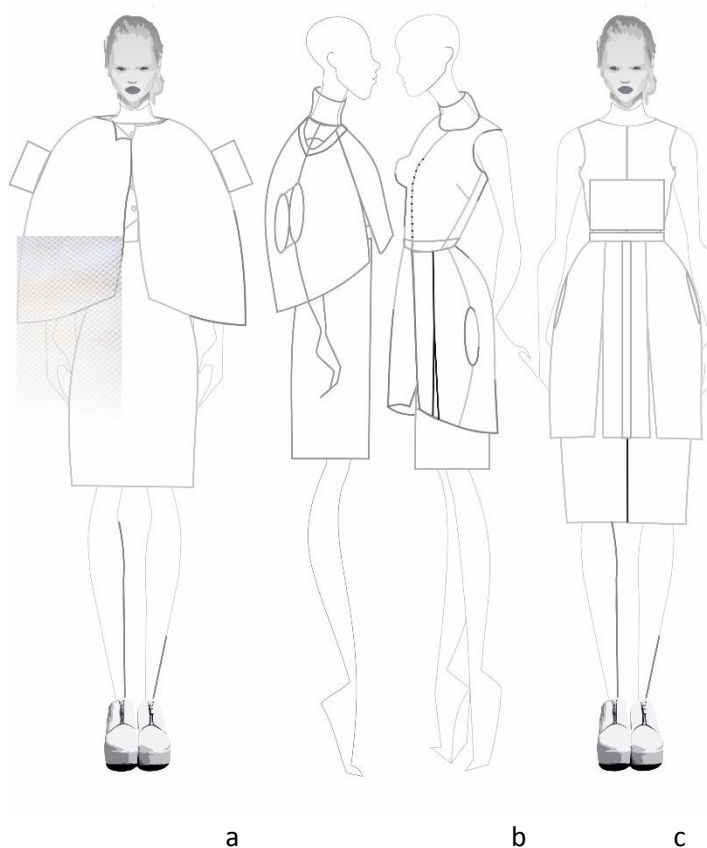
Antrąjį modelį sudaro laisvai krentanti viskozinių dviejų sluoksnių suknelė ir medvilninio marginto audinio kaitaliojamos detalės. Pirminė modelio konfigūracija (40 pav a): stačiakampio formos laisvai krentanti suknelė su vertikaliais dviem užtrauktukais suknelės centrinėje ašyje. Uždedama laisva medvilninė sukritusi liemenė iš dviejų trikampių ir sujungiama spaudėmis šonuose bei prijungiama prie dvigubos klasikinės apykaklės. Antrinė modelio konfigūracija (40 pav. b): liemenė išardoma, o gauti trikampiai įstatomi į suknelės priekyje esančius užtrauktukus, dviguba klasikinė apykaklė atsegama ir prisegama pečių linijoje kaip nukritusios petnešėlės. Trečia modelio konfigūracija (40 pav. c): tiesios suknelės apačioje įsegamas vienas iš liemenės trikampių ir taip gaunama trapezijos silueto suknelė, paliekama dviguba/ vienguba klasikinė apykaklė, arba gali būti užsegama kaip diržas.



40 pav. Antrojo modelio eskizai a) tiesaus silueto suknelė su liemene ir dviguba klasikine apykakle; b) suknelė su detalėmis pečių linijoje ir dviem trikampaiais suknelės priekyje; c) suknelė su klasikine apykakle ir praplatinimu apačioje.

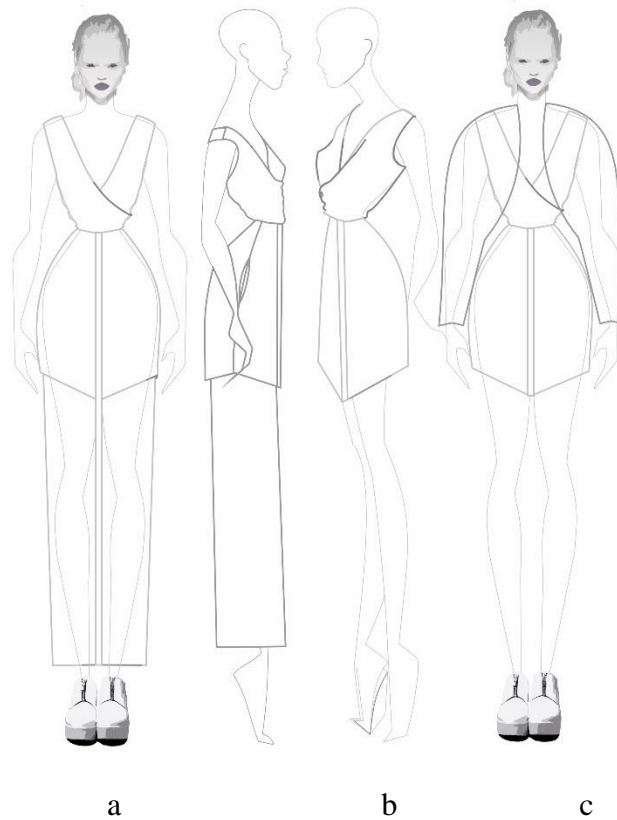
Trečias modelis susideda iš tiesaus silueto suknelės su stovės tipo apykakle su užtrauktuku pilvo srityje, pagaminta iš viskozės ir medvilninio marginto sijono su kišenėmis, dviem skeltukais priekyje, reguliuojama liemens apimtimi ir užsegamas su spaudėmis. Pirminė modelio

konfigūracija (41 pav b): laisvo silueto suknelė su užtrauktuku priekyje ir vidine kišene, stovės tipo apykakle, užsegamas medvilninis margintas sijonas. Antrinė modelio konfigūracija (41 pav. c): laisvo silueto suknelėje atitraukiamas užtrauktukas priekyje ir atsegama vidinė kišenė bei ištraukiama į paviršių, užsegimas sijonas. Trečio modelio konfigūracija (41 pav. a): laisvo silueto suknelė su užtrauktuku priekyje ir vidine kišene, golfo tipo apykakle, užsegtas sijonas nuimamas, atsegama ir praplatinama liemens linija, išverčiamos ir atsegamos kišenės, apsirengiama arba kaip švarkelis su rankovėmis arba kaip bolero.



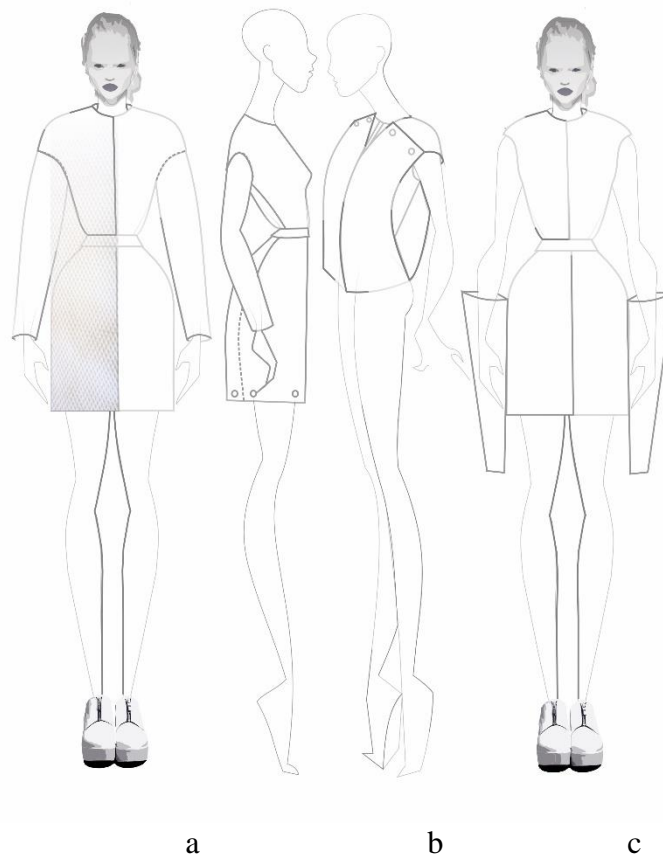
41 pav. Trečio modelio eskizai. A) suknelė su bolero tipo švarkeliu b) suknelė su sijonu ir stovės tipo apykakle; c) suknelė su sijonu ir kišene liemens srityje.

Ketvirtas modelis susideda iš ilgo kelnių kombinezono pagaminto iš viskozės (užsegama kelnių dalis) ir krepo. Pirminė modelio konfigūracija (42 pav. a): ilgas kelnių kombinezonas (gali būti ir ilga susegama suknelė sujungus kelnių detalės tarpusavyje) sudarytas iš dviejų susegtų skirtingų audinių tarpusavyje tvirtinamų plastikinėmis spaudėmis. Antrinė modelio padėtis (42 pav. b): nuo kombinezono nusegama ir lieka trumpas šortuku kombinezonas arba persegus spaudes tarpusavyje – trumpa suknelė. Trečio modelio konfigūracija (42 pav. c): nuo kelnių kombinezono nusegta medžiaga per trumpuosius šonus susisegama tarpusavyje, o išilgai tiek kiek norima – gaunamas laisvas švarkelis uždedamas ant trumpo šortų kombinezono arba trumpos suknelės.



42 pav. Ketvirto modelio eskizai. a) kelnų kombinezono variantas; b) šortuku kombinezono variantas; c) šortuku kombinezono variantas su laisvo stiliaus švarkeliu.

Penktas modelis sudarytas iš medvilninio paltuko ilgomis rankovėmis, durto liemens srityje, užsegamo su spaudėmis ir glaustinukės. Pirminė modelio konfigūracija (43 pav. a): lengvas medvilninis paltukas su sujungimu liemens linijoje ir ilgomis rankovėmis, susegamas metalinėmis spaudėmis. Antrinė modelio konfigūracija (43 pav. b): nuo paltuko nusegamos rankovės, juosmeninėje dalyje šonuose atitraukiami užtrauktukai ir įstatomos kišenės – gaunama liemenės su piltuvėlio formos kišenėmis. Trečio modelio konfigūracija (43 pav. c): nuo liemenės nusegamos kišenės, juosmeninės dalies detalės keliamos link pečių linijos ir sutvirtinamos plastikinėmis spaudėmis – gaunamas kimono tipo švarkelis.



43 pav. Penkto modelio eskizai. a) paltuko modelis su ilgomis rankovėmis; b) kimono tipo švarkelio modelis; c) liemenes su piltuvėlio formos kišenėmis modelis.

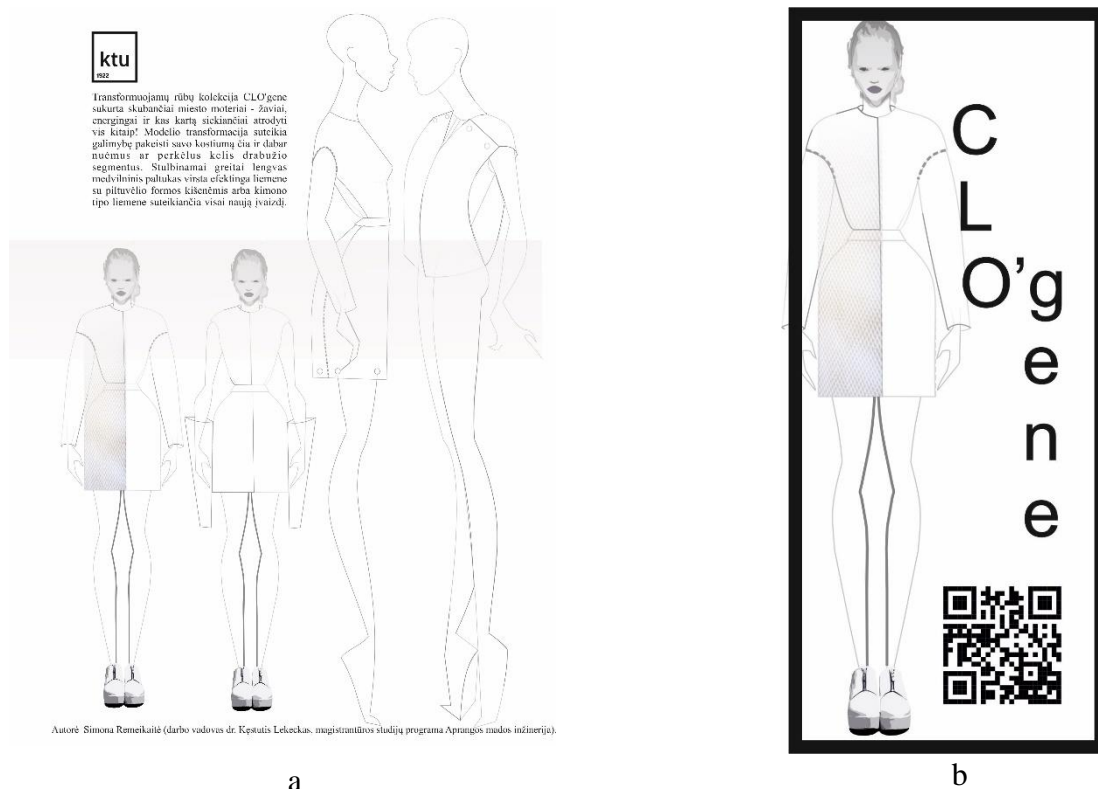
Siekiant išlaikyti spalvinį vientisumą ir panaudoti skirtingo kritumo medžiagas, kolekcijai kurti pasirinkti natūralių pluoštų ir sintetiniai audiniai (medvilnė, viskozė ir krepas). Kuriant kolekciją pramoninei gamybai galima rinktis tik natūralius pluoštus (kurių atspalvius galima pagaminti pagal individualų užsakymą), tokiu atveju sukurta kolekcija visiškai atitiks ekologiškumo aspektus –gaminio būvio ciklas bus prailgintas transformacijų dėka, o audiniai bioskaidūs.

Transformuojamų rūbų kolekcijoje „CLO‘gene“ galima varijuoti esančiais modeliais (4 priedas) ir kurti naujus derinius tarpusavyje keičiant modelių detales, taip išlaisvinant vidinį žmogaus kūrybiškumo potencialą ir galimybę susikurti savo individualų modelį ir būti išskirtine. Moteriškų drabužių kolekcijoje vyrauja lėtoji moda, skatinanti vartotoją kurti iš esamos aprangos norimą derinį ir taip prisidėti prie aplinkos tausojimo ir vartotojiškumo mažinimo aprangos sektoriuje.

4.4. Kolekcijos reprezentacinės idėjos

Sukurtos kolekcijos tikslas ne tik tenkinti vartotojo aprangos poreikius, tačiau ir juos šviesti apie besąlygiško vartojimo pasekmes ir sukurtos kolekcijos idėją. Šiuo tikslu buvo apgalvoti ir sukurti pasiūlymai prekybos vietoms, ketinančioms prekiauti kolekcija „CLO‘gene“. Pirmiausia

kolekcijai ženklinti gaminamos etiketės iš perdirbto popieriaus ir be spalvotos spaudos, etiketėje yra skenuojama „QR“ kodo monograma, kurią nuskenavus savo išmaniuoju telefonu pirkėjas galės sužinoti daugiau apie kolekciją, pamatyti konkretaus drabužio transformacijos grafinį vaizdą. (44 pav.)



44 pav. a) „QR“ kode sukurta ir nuskenuota informacija; b) siūloma drabužio etiketė.

Kolekciją siūloma sutelkti vienoje vietoje ir jai reklamuoti bei informuoti apie prekinį ženklą naudojamas tik vienas reklaminis plakatas, kuriame dominuoja žodis „Transformerė“ ir vieno modelio fotosesija – tokiu būdu pritraukiamas pirkėjos dėmesys ir sukuriama intriga skatinanti domėtis kas tai per produktas. (45 pav.)



45 pav. Siūlomas reklaminis kolekcijos plakatas.

4.5. Sukurtos kolekcijos įvertinimas

Siekiant išsiaiškinti, ar transformuojama apranga turėtų įtakos žmonių aprangos pirkimo įpročiams ir yra dominanti aprangos rinkos niša, buvo atlikta kiekybinė ir kokybinė analizė. Empirinės analizės rezultatai parodė, kad transformuojama apranga domina Lietuvos aprangos rinkos dalyvius, tačiau yra neužpildyta niša, vartotojai taip pat mano, kad toks būdas galėtų būti vienas iš alternatyvų prisidedančių prie gamtos tausojimo. Siekiant išsiaiškinti ar vartotojas tikrai mato skirtumą tarp transformuojamos aprangos ir įprastos aprangos buvo sukurta eksperimentinė kolekcija „CLO‘gene“ ir trys jos modeliai pateikti ekspertų grupei (20 apklaustųjų dirbančiųjų aprangos pramonėje – konstravimo arba dizaino srityje – ne mažiau kaip 3 metus), prašant suranguoti transformacijos sukeltus pokyčius. Buvo iškeltos dvi hipotezės:

H_0 : ekspertų vertinimai priešaringi (kai konkordancijos koeficientas lygus 0,3)

H_A : ekspertų vertinimai panašūs (kai konkordancijos koeficientas daugiau nei 0,7)

Duomenims analizuoti ir pateikti buvo naudojama Excel programa.

Pirmas ekspertų vertinamas gaminy : PALTUKAS (46 pav.)

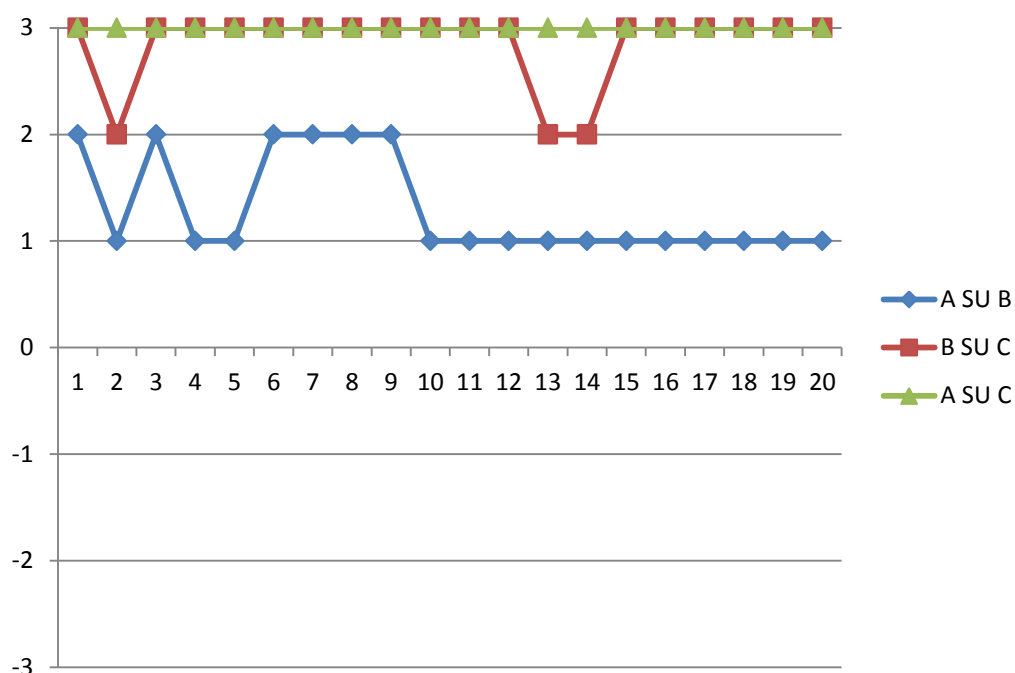


46 pav. vertinamo modelio vaizdas.

Konkordancijos koeficientas $W = 0,89$.

Konkordancijos koeficiento reikšmingumas 35,43 kai reikšmingumo lygmuo 0,05.

Apskaičiavus konkordancijos koeficientą buvo gauta $W = 0,89$ tai reiškia, kad respondentų nuomones galima laikyti sutapusiomis, o didžiausią skirtumą tarp pateiktų modelių pastebėjo lyginant A su C (vidutinė rangų suma 3 – visiškai naujas modelis). (3 priedas, 4.4. lentelė)



47 pav. Apklaustųjų vertinusių transformuojamo „Paltuko“ vizualius pokyčius rangavimo pasiskirstymas.

Pateiktoje diagramoje (47 pav.) atsispindi respondentų rangavimo balai ir nuomonių pasiskirstymas – labiausiai nuomonės išsiskyrė vertinant A su B, mažas nuomonių nesutapimas pastebimas vertinant B su C, ir visiškai sutapo nuomonė vertinant A su C. Konkordacijos koeficiento reikšmė rodo, kad ekspertų vertinimai panašūs, todėl galima teigti, jog vertintojai lengvai pastebėjo transformaciją pateiktame modelyje ir užsibrėžtas tikslas yra įgyvendintas.

Antras ekspertų vertinamas gaminy : SUKNELE (48 pav.)



Priekis

Nugara

Priekis

Nugara

Nugara

Priekis

d

e

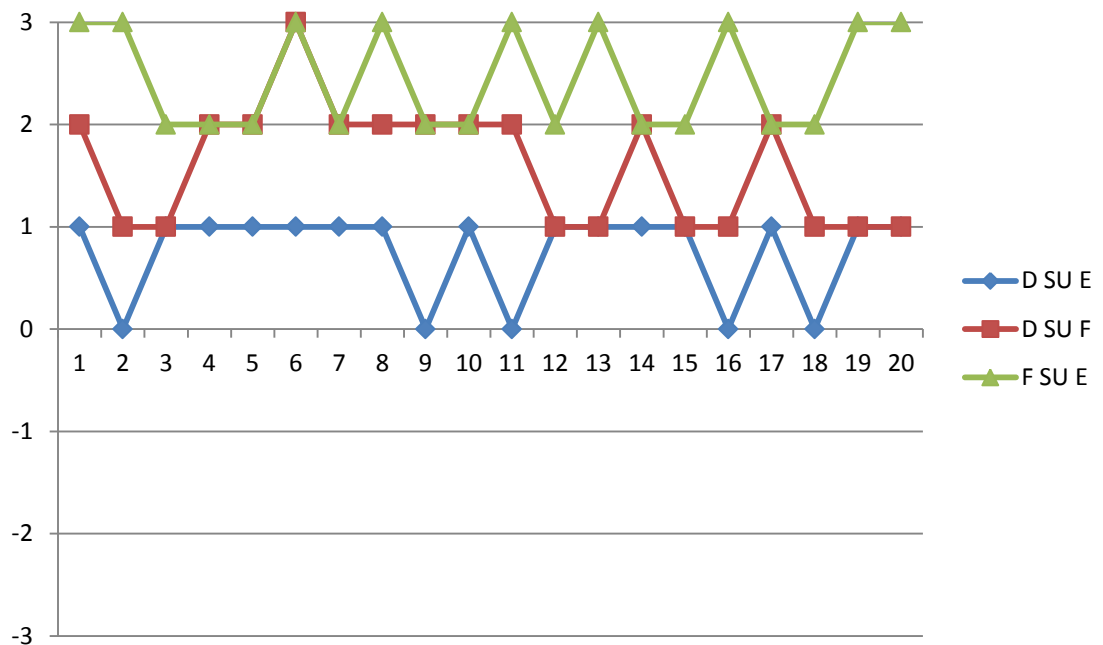
f

48 pav. vertinamo modelio vaizdas.

Konkordancijos koeficientas $W = 0,72$.

Konkordacijos koeficiento reikšmingumas 28,90 kai reikšmingumo lygmuo 0,05.

Apskaičiuavus konkordancijos koeficientą buvo gauta $W = 0,72$ tai reiškia, kad respondentų nuomonės buvo linkusios sutapti, o rangavimo amplitudė kiekvienos pozicijos atžvilgiu buvo nedidelė. (3 priedas, 4.4.1. lentelė)



49 pav. Apklaustųjų vertinusių transformuojamo „Suknelės“ vizualius pokyčius rangavimo pasiskirstymas.

Pateiktoje diagramoje (4 pav.) atsispindi respondentų rangavimo balai ir nuomonių pasiskirstymas. Diagramoje matoma, kad tarpusavyje visi trys produktai buvo vertinama gana skirtingai, tačiau kiekvieno iš jų vertinimas atskirai turėjo nedidelę amplitudę, kadangi konkordacijos koeficientas $W=0,72$ todėl ekspertų vertinimas laikomas vieningu ir reikšmingu, o geriausia vertinama transformacija F su E (rangų suma didžiausia). Atsižvelgiant į ekspertų nuomonę galima teigti, kad modeliui kelti tikslai įvykdyti ir transformacija yra matoma akivaizdžiai.

Trečias ekspertų vertinamas gaminy : KOMBINEZONAS (50 pav.)

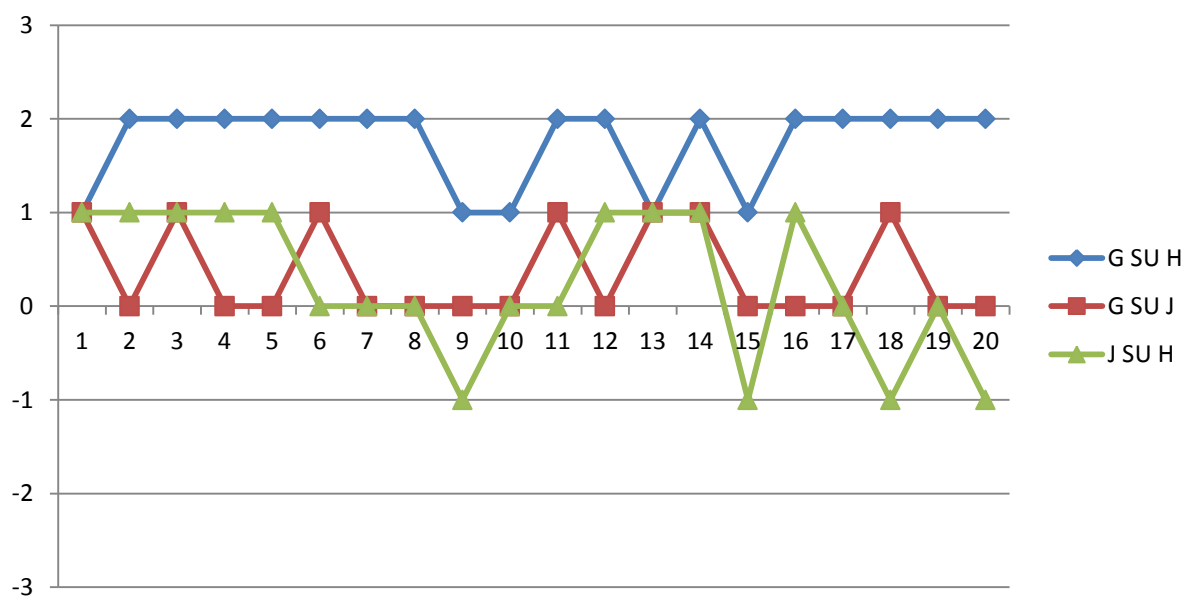


50 pav. vertinamo modelio vaizdas.

Konkordancijos koeficientas $W = 0,7$

Konkordancijos koeficiento reikšmingumas 28,13 kai reikšmingumo lygmuo 0,05

Apskaičiuavus konkordancijos koeficientą buvo gauta $W = 0,7$ tai reiškia, kad respondentų nuomonės sutapo, o didžiausią skirtumą tarp pateiktų modelių pastebėjo lyginant G su H (vidutinė rangų suma 1,8). (3 priedas, 4.4.2. lentelė)



51 pav. Apklaustųjų vertinusių transformuojamo „Kombinezono“ vizualius pokyčius rangavimo pasiskirstymas.

Pateiktoje diagramoje (51 pav.) atsispindi respondentų rangavimo balai ir nuomonių pasiskirstymas. Diagramoje matomas nuomonių išsiskyrimas, todėl konkordancijos koeficientas $W=0,70$ tai rodo, kad nuomonių ekspertų nuomonės suderinamos, o respondentų matomas pokytis pateiktame drabužyje svyruoja nuo -1 iki 2.

Išanalizavus gautus rezultatus galima teigti, kad didžiausią pokytį transformuojamame gaminyje ekspertai mato paltuko modelyje, o mažiausią kombinezono modelyje, o kadangi ekspertų nuomonės sutapo (atsižvelgiant į konkordancijos koeficientus), tai jų vertinimus galima laikyti objektais ir kolekciją vertinti teigiamai. Sukurti modeliai ekspertų nuomone yra skirtingi ir atitinka transformuojamos aprangos reikalavimus.

IŠVADOS

Atlikus literatūros analizę ir eksperimentinius tyrimus buvo padarytos tokios išvados:

1. Lėtasis mados atėjimas į rinką padeda atrasti naujas medžiagas ir skatinti perdirbimą, panaudotų žaliavų rinkimą ir jų pritaikymą naujuose gaminiuose, atrasti naujus apdirbimo būdus ir konstrukcijas, laikantis tvarios mados principų.
2. Aprangos rinkoje nebuvo rasta daug transformuojamos aprangos gaminių, todėl galima daryti išvadą, kad tai dar neišplėtotą ir patrauklią vietą rinkoje, kūrėjams su tvarumo kūryboje ideologija.
3. Lietuvos rinkos vartotojai nėra aktyvūs ekologijos šalininkai, kurie sąmoningai prisidėtų prie aplinkosauginių problemų sprendimo mažindami aprangos vartojimą, todėl buvo padaryta išvada, kad trūksta švietimo ir informacijos apie ekologines problemas ir pasekmes aprangos sektoriuje, todėl kolekcija pateikiama kaip informacinės sklaidos apie lėtąją madą priemonė (pristatyta Dizaino savaitės 2016 metu (6 priedas)) ir vartotojo supažindinimas su tokia mados kryptimi.
4. Sudaryta analogų klasifikacija (32 pav.), pateikiama kaip aiškinamasis transformacijų modelis, kuris prisidėjo prie kolekcijos kūrimo ir gali būti naudojamas tolimesniems moksliniams darbams atlikti.
5. Atlikti tyrimai (konkordancijos koeficientas svyravo nuo 0,7 iki 0,89 – ekspertų nuomonė laikoma suderinta ir objektyvi; audinio suvartojimo vienam modeliui pagaminti sumažinimas nuo 239% iki 300%) ir įkvėpimo šaltinio analizė turėjo įtakos transformuojamos moteriškos aprangos kolekcijos „CLO‘gene“ sukūrimui. Kolekcija ir idėjos projektai buvo pristatyti visuomenei, kaip meninis objektas, kuris gali būti dėvimas ir patogus kasdieniame vartojime.
6. Remiantis vertintojų ekspertų pateiktomis išvadomis, sukurta kolekcija atitinka transformuojamos aprangos keliamus reikalavimus ir vizualiai yra skirtinga, todėl iškeltas tikslas buvo įvykdytas sėkmingai.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Vosyliūtė A. Vartojimas kaip socialinė problema. Socialinių tyrimų institutas 2003 41-49psl.
<http://www.lmaleidykla.lt/publ/0235-7186/2003/3/F-41.pdf>
2. Internetinis puslapis apie lėtąją madą. [žiūrėta 2016-05-15]. Prieiga per internetą:
<http://www.slowfashioned.com/about>
3. Internetinis „G-Star Raw“ puslapis. [žiūrėta 2016-05-17]. Prieiga per internetą: https://www.g-star.com/en_us/collection/women/raw-for-the-oceans
4. Internetinis H&M ir Olivia Wilde sukurto prekės ženklo puslapis. [žiūrėta 2016-05-17]. Prieiga per internetą <http://consciousco.co/>
5. The Harvard Advocate. Prieiga per internetą:
<http://www.theharvardadvocate.com/content/interview-issey-miyake> [žiūrėta 2015-01-15]
6. Dezeen magazine [interaktyvus] [žiūrėta 2015-01-05]132 5. By Issey Miyake
<http://www.dezeen.com/2010/10/05/132-5-by-issey-miyake/>
7. Rad Hourani official page. [žiūrėta 2015-01-15] Prieiga per internetą:
<http://www.radhourani.com/pages/about>
8. The Genteel. RADical fashion design. [žiūrėta 2015-01-15] Prieiga per internetą:
<http://www.thegenteel.com/articles/design/radical-fashion>
9. E.Jankauskaitė. Kolekcija „Second hand shop“ [žiūrėta 2014-11-26] Prieiga per internetą:
<http://www.swo.lt/dizaino-dienos-2013-jaunos-mados-fragmentai/>
10. EYE CRAVE. Lemuria by Susanna Gioia [žiūrėta 2015-01-08] Prieiga per internetą: <http://eye-crave.blogspot.com/2013/02/lemuria-by-susanna-gioia.html>
11. Ecouterre. Shape-ChangingHunting Jacket [žiūrėta 2015-01-08] Prieiga per internetą:
<http://www.ecouterre.com/shape-changing-hunting-jackets-embody- plight-of-endangered-animals/rohan-chhabra-endangered-jackets-1/?extend=1>
12. Lemuria [žiūrėta 2015-01-16] Prieiga per internetą: <http://lemuria.bigcartel.com/>
13. Jolier official page. Transformable by buttons – Two in Oone [žiūrėta 2015-01-015] Prieiga per internetą: <http://www.jolier.com/transformable-dresses/>
14. Pinterest [žiūrėta 2015-01-16] Prieiga per internetą:
<https://www.pinterest.com/pin/30680841184989129/>
15. 180 degrees [žiūrėta 2015-01-15] Prieiga per internetą: <http://www.transformableclothing.com/our-story-2/>
16. LeMuse mados namų internetinį parduotuvė. [žiūrėta 2016-05-15] Prieiga per internetą:
www.lemuse.eu

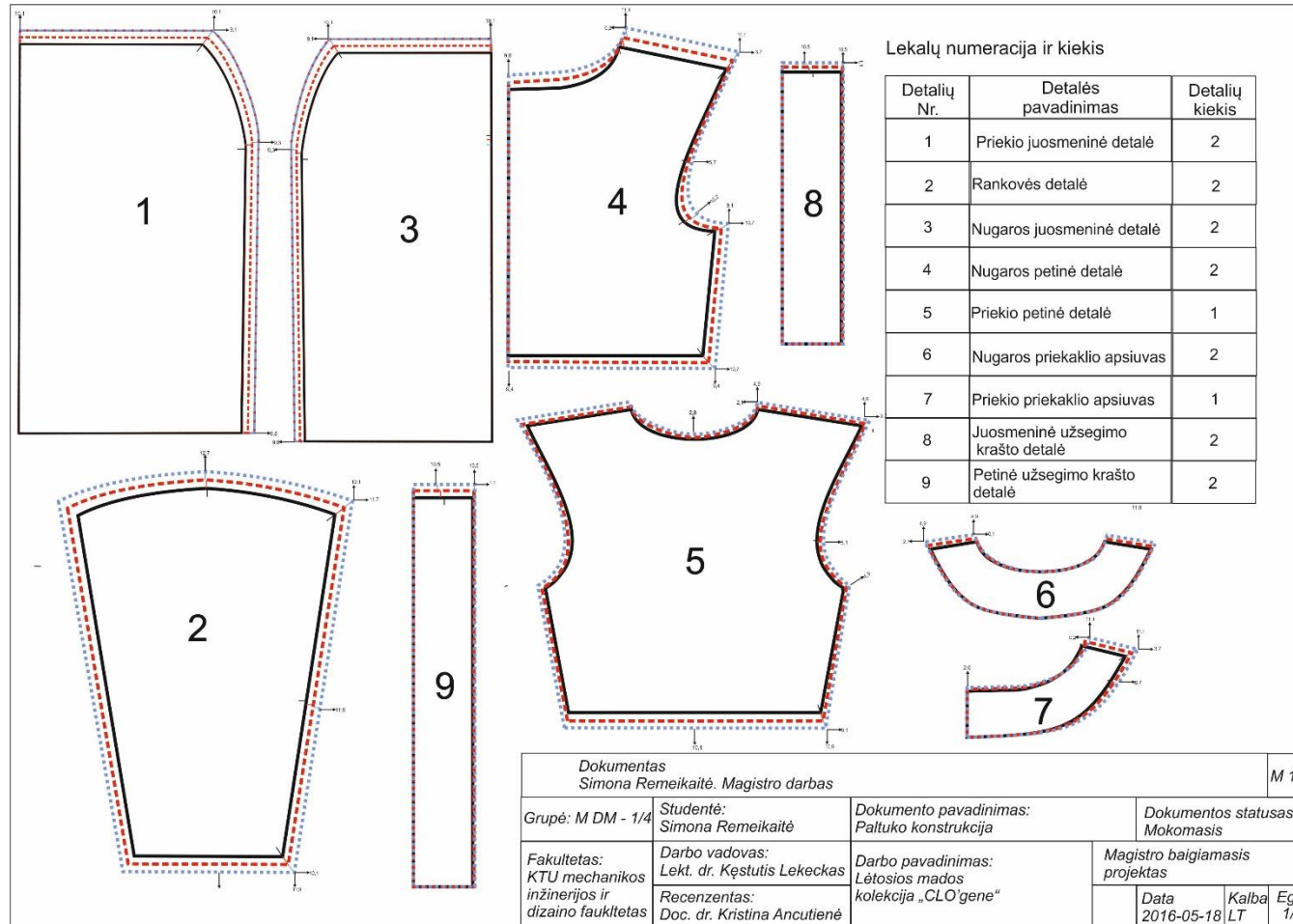
17. CANTAS mados namai [žiūrėta 2015-01-05] <http://cantas.lt/2011-m-kovas-3/> Prieiga per internetą:
18. Womy prekės ženklas. [žiūrėta 2016-05-01] Prieiga per internetą:
<http://bewomy.com/produktas/womy-casual-10in1-suknele/>
19. Robert Kalinkin internetinė parduotuvė. www.robertkalinkin.com
20. Patentuotų analogų puslapis. [žiūrėta 2016-05-01] Prieiga per internetą:
<http://russianpatents.com/patent/216/2160552.html>
21. Patentuotų analogų puslapis. [žiūrėta 2016-05-01] Prieiga per internetą:
<https://www.google.com/patents/US20120324617>
22. Patentuotų analogų puslapis. [žiūrėta 2016-05-01] Prieiga per internetą:
<https://www.google.com/patents/US1784369?dq=transformable+dress&hl=lt&sa=X&ved=0ahUKEwjaioeUppjMAhVIDywKHXOKCqIQ6AEIWzAH>
23. Patentuotų analogų puslapis. [žiūrėta 2016-05-01] Prieiga per internetą:
<https://www.google.lt/patents/WO2011139057A2?cl=en&dq=transformable+clothes&hl=lt&sa=X&ved=0ahUKEwifwOW5upjMAhVGDCwKHWrSARwQ6AEIUDAG>
24. Patentuotų analogų puslapis. [žiūrėta 2016-05-01] Prieiga per internetą:
<http://www.google.com/patents/US6308334>
25. Žydžiūnaitė Vilma. „METHODOLOGICAL AND CONCEPTUAL PROBLEMS OF CONTEMPORARY SOCIAL RESEARCH Methodological Considerations: Sequential Linking of Qualitative and Quantitative Research“ ISSN 1392 – 0758 SOCIAL SCIENCES / SOCIALINIAI MOKSLAI. 2007. Nr.1 (55) [žiūrėta 2015-05-19] Prieiga per internetą:
<http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2007~1367157637477/datastreams/DS.002.1.01.ARTIC/content>
26. CoolWeirdo [interaktyvus] [žiūrėta 2015-01-02] Awesome Smart Clothes That Become Invisible. Prieiga per internetą: <http://www.coolweirdo.com/awesome-smart-clothes-that-become-invisible.html>
27. Dr. Bye E. and Dr. Adviser L.D. Design Functions in Transformable Garments for Sustainability. 2012 4-6 psl. Prieiga per internetą:
http://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/133808/Koo_umn_0130E_12975.pdf?sequence=1
28. Rad Hourani official page [interaktyvus] [žiūrėta 2016-01-15] Prieiga per internetą:
<http://www.refinery29.com/rad-hourani-chats-us-up-about>
29. Žydžiūnaitė Vilma. „METHODOLOGICAL AND CONCEPTUAL PROBLEMS OF CONTEMPORARY SOCIAL RESEARCH Methodological Considerations: Sequential Linking of Qualitative and Quantitative Research“ ISSN 1392 – 0758 SOCIAL SCIENCES / SOCIALINIAI

- MOKSLAI. 2007. Nr.1 (55) Prieiga per internetą:
<http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2007~1367157637477/datastreams/DS.002.1.01.ARTIC/content>
30. Kardelis K. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Kaunas, 2002m.
 31. Keith F Punch. Introduction to social research quantitative and qualitative approaches 2014m. 4-5psl.
 32. Arlesa Shephard Sanjukta Pookulangara Tammy R. Kinley Bharath M. Josiam , (2016),"Media influence, fashion, and shopping: a gender perspective", Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, Vol. 20 Iss 1 pp.
 33. Chitra, K. (2007). In search of the green consumers: a perceptual study. Journal of Services Research, 7 (1), 173- 191.
 34. A study of factors affecting buying behavior of customers towards purchase of clothes. Ankit Sinojiya, Jitendra Varma, Aatish Shah An International Peer Reviewed Research Journal (ISSN-2321-5968) Vol-3 Issue-1, October 2015
 35. Peter Hultén , Vladimir Vanyushyn , (2014) "Promotion and shoppers' impulse purchases: the example of clothes", Journal of Consumer Marketing, Vol. 31 Iss: 2, pp.94 – 102 Prieiga per internetą: <http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.ktu.edu/doi/full/10.1108/JCM-06-2013-0603>
 36. G.moda. (2011). „Transformable garments – What are the possibilities?“ [žiūrėta 2015-01-02] Prieiga per internetą: <http://www.gdotmoda.com/en/blog/transformable-garments-what-are-the-possibilities-155>
 37. CoolWeirdo . „Awesome Smart Clothes That Become Invisible“ [žiūrėta 2015-01-02] Prieiga per internetą: <http://www.coolweirdo.com/awesome-smart-clothes-that-become-invisible.html>
 38. Genetiškai modifikuoti organizmai. [žiūrėta 2015- 05-10] Prieiga per internetą <http://www.gmo.lt/>
 39. B.English. „A cultural History of Fashion in the 20th and 21st Centuries. From Catwalk to Sidewalk.“ Second edition. 2013 metai. [žiūrėta 2016 gegužės 15d.]. Prieiga per internetą; https://books.google.lt/books?id=ZERDAgAAQBAJ&pg=PT73&lpg=PT73&dq=constructivism+in+fashion&source=bl&ots=wS0pgRyIXB&sig=Y4E6U6dobWYXMvnO2QP_YexLZn8&hl=lt&sa=X&ved=0ahUKEwiK5tmAqNzMAhXKjywKHcAjAe44ChDoAQhCMAQ#v=onepage&q=constructivism%20in%20fashion&f=false
 40. Konstruktivizmas. [žiūrėta 2015- 05 -12] Prieiga per internetą: http://en.wikipedia.org/wiki/Constructivism_%28philosophy_of_education%29
 41. Konstruktivizmas. Prieiga per internetą < <https://www.pinterest.com/pin/476255729320132630/> > [žiūrėta 2015- 05 -12]

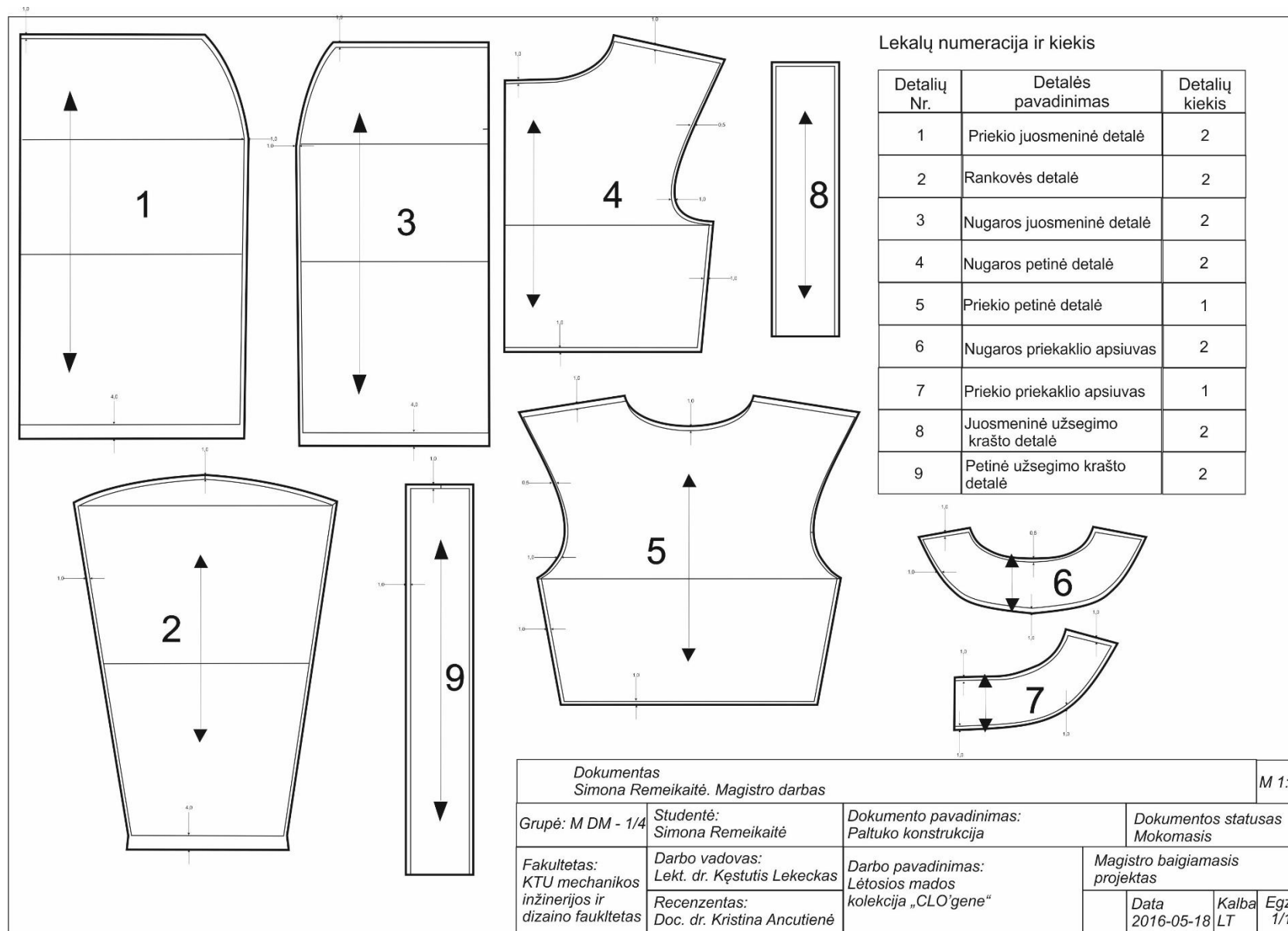
42. 2017 metų tendencijos. Prieiga per internetą < <https://www.pinterest.com/Jaylaajewelry/fashion-2015-2016/> > [žiūrėta 2015- 05 -12]
43. VALKAUSKAS, R. 2011. Duomenų analizės įvadas. Vilnius. VU.
44. Bitinas Bronislovas „Edukologinių tyrimų metodologiniai vingiai“ Vilniaus Pedagoginis Universitetas 2006m.
45. Peter Hultén , Vladimir Vanyushyn , (2014) "Promotion and shoppers' impulse purchases: the example of clothes", Journal of Consumer Marketing, Vol. 31 Iss: 2, pp.94 – 102
<http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.ktu.edu/doi/full/10.1108/JCM-06-2013-0603>
46. http://www.am.lt/VI/article.php3?article_id=7104
47. Sustainable fashion: new approaches. Aalto University publication series Art+Design+Architecture 9/2013 Helsinki Finland
<https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/13769/isbn9789526055732.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
48. Tracy Anna Rickman, Robert M. Cosenza, (2007) "The changing digital dynamics of multichannel marketing: The feasibility of the weblog: text mining approach for fast fashion trending", Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, Vol. 11 Iss: 4, pp.604 – 621
<http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.ktu.edu/doi/full/10.1108/13612020710824634>
49. **Černevičiūtė J.** Vartojimas, identitetas ir gyvenimo stilius/Filosofija. Psichologija 2006 Nr.3 20-24psl.
http://www.ebiblioteka.lt/resursai/LMA/Filosofija/Fil63/Fil63_07.pdf
50. Keith F Punch. Introduction to social research quantitative and qualitative approaches 2014m. 4-5psl.

GRAFINĖ PROJEKTO DALIS

Paltuko modelio detalių dauginimas dydžiais (gradacija)



Projektuojamo moteriško paltuko detalių dauginimas dydžiais (mm), dydžių skalė (Europos standarto matavimo skalė XS-M).



Projektuojamo moteriško paltuko lekalai (cm).

1 PRIEDAS

Kiekybinės apklausos anketa.

Dėvėjimo įpročių ir transformuojamo drabužio poreikio tyrimas.

Sveiki, esu Simona Remeikaitė, pirmo kurso Aprangos inžinerijos magistrantė, atlieku apklausą apie aprangos pirkimo įpročius ir transformuojamo drabužio paklausą šiandieninėje rinkoje. Apklausos tikslas sužinoti ar Lietuvos mados rinkoje yra reikalingi transformuojami drabužiai, ar jie skatintų vartotojiškumo mažinimą.

Užtruksite tik kelias minutes, kol užpildysite anketą.

Ačiū!

1. Jūsų amžius:
 - Iki 18 metų
 - 19-30
 - 31-45
 - 46-60
 - 61 ir daugiau

2. Jūsų mėnesinė pajamos:
 - Minimalios (iki 300 eurų)
 - Vidutinės (300-800 eurų)
 - Didelės (800 -1500 eurų)
 - Labai didelės (daugiau nei 1500 eurų)

3. Koks aprangos pirkėjas esate:
 - Impulsyvus (perkate neapgalvojęs ir staiga)
 - Apgalvojantis (ilgai svarstote prieš perkant)
 - Konkretus (perkate tik tai ko reikia, turi konkretų tikslą ir nuo jo nenukrypstate)

4. Ar domitės mada ir jos tendencijomis:
 - Taip, domiuosi
 - Ne, nesidomiu
 - Retai

5. Perkant drabužius jūsų prioritetas:
 - Kokybė
 - Kiekybė
 - Kainos ir kokybės santykis

6. Koks Jūsų garderobas:
 - Didelio asortimento (turiu daug ir įvairių spalvų bei formų)
 - Mažo asortimento (drabužiai panašaus stiliaus, daugiausia vieno kolorito)
 - Vidutinio asortimento (turi pakankamai drabužių, kad galėčiau juos derinti tarpusavyje ir atrodyti stilingai)

7. Ar renkatės/įsigyjate ekologiškus drabužius:
 - Taip
 - Ne
 - Retai

8. Pekant ekologiką drabužį pasitikite pardavėjo reklama ar ieškote tarptautinio ekologiškumo ženklavimo etiketėje:
- Patikiu pardavėjo reklama/ žodžiu
 - Ieškau ženklavimo etiketėje
 - Pasidomiu prieš perkant internete apie dominantį gaminį ir gamintoją
9. Ar Jums yra svarbu sumažinti aprangos vartotojiškumą ir taip prisidėti prie ekologijos:
- Taip
 - Ne
 - Neturiu nuomonės
10. Ar sutiktumėte mokėti daugiau už tokį pat gaminį, tik ekologišką:
- Taip
 - Ne
 - Priklausomai kiek brangiau būtų
11. Ar esate girdėję apie transformuojamus drabužius (drabužių kategorija, kurie turi kelias dėvėjimo galimybes):
- Taip
 - Ne
 - Turiu tokių drabužių
12. Ar rinktumėte drabužį, kurį būtų galima dėvėti keliais būdais (pvz. vienas gaminyje galėtų atitikti dviejų turimų palaidinių dizainą):
- Taip, rinkčiausi
 - Ne, nesirinkčiau
 - Galbūt, norėčiau išmėginti
13. Ar manote, kad įsigyti kelių funkcijų gaminiai galėtų sumažinti Jūsų turimų drabužių kiekį (vienas dvifunkcis drabužis, vietoje dviejų):
- Taip, būtų patogiau
 - Ne, vis tiek pirksčiau daug skirtingų drabužių
 - Nežinau, galbūt
14. Kiek sutiktumėte mokėti už transformuojamą itin aukštos kokybės trikotažinę suknelę, kurią galėtumėte dėvėti keliais skirtingais būdais:
- Iki 50 eurų
 - 50 - 80 eurų
 - 80 - 120 eurų
 - Daugiau nei 120 eurų

2 PRIEDAS

Kokybinės apklausos su ekspertų grupe anketa.

TRANSFORMUOJAMAS PALTUKAS



Priekis



Nugara

a



Priekis



Nugara

B



Priekis

c



Nugara

Pažymėkite gaminio vaizdų vizualinio panašumo (vertinimas gali būti vienodas**):

- 3 (niekuo nesiskiria);
- 2 (nežymiai skiriasi);
- 1 (turi daugiau nei kelis skirtumus);
- 0 (turi nedaug panašumų);
- 1 (beveik neturi panašumų);
- 2 (modeliai skirtingi);
- 3 (visiškai naujas gaminys).

a su b	b su c	a su c

TRANSFORMUOJAMA SUKNELE



Priekis



Nugara

d



Priekis



Nugara

E



Priekis

f



Nugara

Pažymėkite gaminio vaizdų vizualinio panašumo (vertinimas gali būti vienodas**):

- 3 (niekuo nesiskiria);
- 2 (nežymiai skiriasi);
- 1 (turi daugiau nei kelis skirtumus);
- 0 (turi nedaug panašumų);
- 1 (beveik neturi panašumų);
- 2 (modeliai skirtingi);
- 3 (visiškai naujas gaminys).

d su e	d su f	f su e

TRANSFORMUOJAMAS KOMBINEZONAS



Priekis



Nugara

g



Priekis



Nugara

H



Priekis



Nugara

j

Pažymėkite gaminio vaizdų vizualinio panašumo (vertinimas gali būti vienodas**):

- 3 (niekuo nesiskiria);
- 2 (nežymiai skiriasi);
- 1 (turi daugiau nei kelis skirtumus);
- 0 (turi nedaug panašumų);
- 1 (beveik neturi panašumų);
- 2 (modeliai skirtingi);
- 3 (visiškai naujas gaminys).

g su h	g su j	j su h

Jūsų vardas, pavardė:

Kiek metų dirbate siuvimo pramonės srityje:

Transformuojamas paltukas:

- a) Klasikinio tipo medvilninis paltukas ilgomis rankovėmis su spaudžių užsegimu priekyje;

- b) A modelio rankovės nusegamos (tvirtinamos užtrauktukais) ir perkeliamos į palto juosmeninę dalį, kurioje užtrauktukais suformuojamos kišenės.
- c) B modelyje suformuotos kišenės nuimamos, paltuko apačia keliama į pečių liniją ir tvirtinama kampuose esančiomis spaudėmis – pavirstą į kimino tipo švarkelį.

Transformuojama suknelė:

- d) Tiesaus silueto suknelė su golfo tipo apykakle ir uždedamu medvilniniu sijonu su kišenėmis.
- e) D modelio suknelėje atitraukiamas užtrauktukas ir ištraukiama vidinė kišenė, tvirtinama spaudėmis prie suknelės – susidaro dekoratyvinės kišenės.
- f) Uždedamas sijonas nuimamas, atsegama juosmens linija padarant didesnę apimtį, kišenės išverčiamos ir prasegamos, gaunamas trumpas laisvo silueto švarkelis trumpomis rankovėmis.

Transformuojamas kombinezonas:

- g) Ilgas krepo kombinezonas su lengvos viskozės apatine dalimi gali būti dėvimas kaip kelnių kombinezonas arba ilga suknelė.
- h) Lengvas viskozės audinys nusegamas nuo kombinezono ir sumodeliuojamas į norimo tipo švarkelį plastikinių spaudžių pagalba.
- i) Trumpas kombinezonas.

3 PRIEDAS

Transformuojamų gaminių ekspertų vertinimo rodikliai.

4.4 lentelė. Ekspertų vertinimo rodikliai.

Duomenys	Ekspertų vertintos alternatyvos		
	A su B	B su C	A su C
Rangų suma r_{ij}	26	57	60
Nuokrypio kvadratas S	469,44	87,11	152,11
Rangų vidurkis \bar{r}	1,3	2,9	3,0
Vidutinė rangų suma S_i	8,67	19	20

4.4.1 lentelė. Ekspertų vertinimo rodikliai

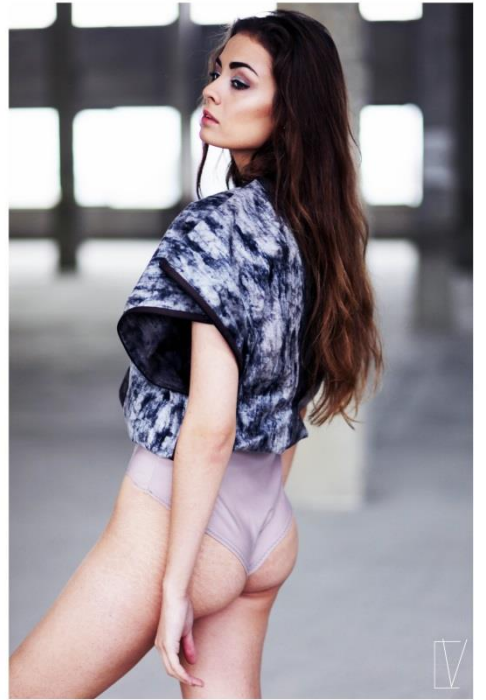
Duomenys	Ekspertų vertintos alternatyvos		
	D su E	D su F	E su F
Rangų suma r_{ij}	15	32	49
Nuokrypio kvadratas S	289	0	289
Rangų vidurkis \bar{r}	0,8	1,6	2,5
Vidutinė rangų suma S_i	5	10,67	16,33

4.4.2 lentelė. Ekspertų vertinimo rodikliai.

Duomenys	Ekspertų vertintos alternatyvos		
	G su H	G su J	H su J
Rangų suma r_{ij}	35	7	5
Nuokrypio kvadratas S	373,78	75,11	113,78
Rangų vidurkis \bar{r}	1,8	0,4	0,3
Vidutinė rangų suma S_i	11,67	2,33	1,67

4 PRIEDAS

Galutinė kolekcijos fotosesija.











5 PRIEDAS

Dalyvavimas konferencijoje su stendiniu pranešimu „PRAMONĖS INŽINERIJA 2015“

6 PRIEDAS

Kolekcijos pristatymas viešoje erdvėje. DIZAINO SAVAITĖ 2016

KTU magistrantės sukurta drabužių kolekcija: lėtoji moda, kuri pralenkia laiką

2016-05-09 07:30

„Lėtoji moda – tai ne sezoninė mados srovė, o alternatyva besaikiam vartojimui“, – teigia Kauno Technologijos Universiteto (KTU) Aprangos mados inžinerijos studijų programos magistrantė Simona Remeikaitė. Festivalyje „Dizaino savaitė 2016“ jaunoji dizainerė pristatė transformuojamų moteriškų drabužių kolekciją „CLO'gene“.



Šiandien mados industrija veikia ypač greitai – nauji modeliai sukunami ir į parduotuves patenka per kelias savaites, o neparduotos masinės drabužių produkcijos kiekiai vis didėja. Pirkejamas siūloma ypač didelė pasiūla (dažnai už sumažintą kainą), todėl vis rečiau atsispirama pagundai įsigyti dar vieną naują drabužį.

„Tyrimai rodo, kad aprangos ir tekstilės vartojimas nuolat auga, o tai susiję su opiomis aplinkosaugos problemomis: cheminių medžiagų naudojimas tekstilės auginimo ir apdirbimo procesuose, mišinių sunaudojamo vandens ir išmetamų nenaudojamų drabužių kiekiai“, – sako KTU

studijų programų Mados inžinerija ir Aprangos mados inžinerija programų vadovė docentė Jurgita Domskienė.

Lėtoji moda: drabužis – ne „daiktas išmetimui“

Festivalio „Dizaino savaitė 2016“ metu pristatyta KTU Aprangos mados inžinerijos magistrantės S. Remeikaitės transformuojamų moteriškų rūbų kolekcija „CLO'gene“ (mentoris dr. Kęstutis Lekeckas) – priešingybė greitajai, vartotojiškai mada.

Daugiafunkcė apranga, kai vieną gaminį galima dėvėti keliais skirtingais būdais – pakuos lėtosios mados pavyzdys. Drabužiai, kurie keičiasi juos lankstant, padedant pagalbinėms jungtims, yra skirti ne tik kas kartą atrodyti efektingai, bet ir prisideda prie perteklinės aprangos gamybos problemų sprendimo bei vartotojiškumo ir taršos mažinimo.

Nuo 2008-ųjų metų naudojamas lėtosios mados terminas yra siejamas ne tik su ekologija, bet su giliu tvanosios mados suvokimu. Lėtosios mados kūrėjai ragina į drabužius žiūrėti ne kaip į daiktus, kurie tuoj išės iš mados ir kuriuos reikės keisti naujas, bet kaip į brangią savo garderobo dalį. Nesenstančio



<http://ktu.edu/lt/mechanikos-inzinerijos-ir-dizaino-fakultetas/naujiena/ktu-magistrantes-sukurta-drabuziu-kolekcija-letoji-mada-kuri-pralenkia-laika>



Dizaino savaitė 2016. Vitrina Šiauliuose.

